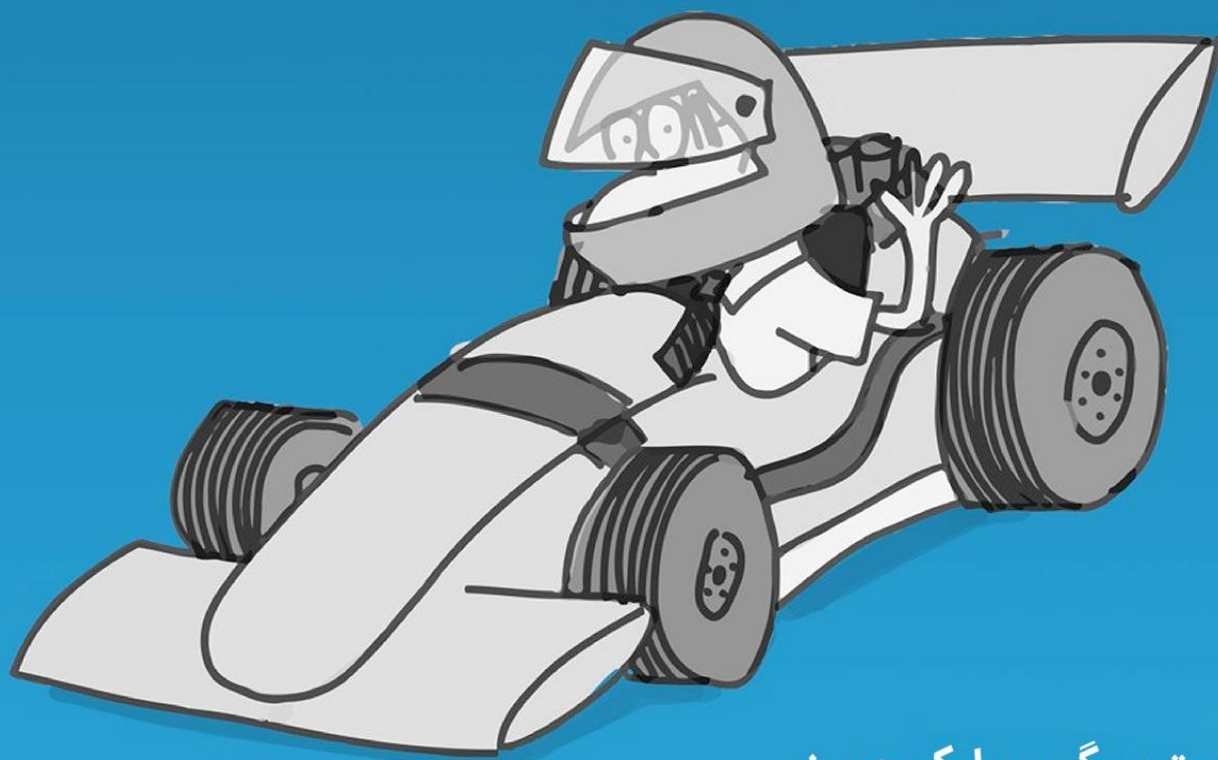


چگونه کار خودمان را در

UX

شروع کنیم؟

راهنمایی کامل برای راه اندازی یک شغل
به عنوان طراح تجربه کاربری



نویسنده : متیو مگین و لوک چمبرز
مترجم : سامان وحدت



چگونه کار خودمان را در UX شروع کنیم؟

راهنمایی کامل برای راه‌اندازی یک شغل به عنوان طراح تجربه کاربری

نویسنده : متیو مگین و لوک چمبرز

(Matthew Magain - Luke Chambers)

مترجم : سامان وحدت

ارائه شده توسط وب سایت www.uxbook.org

مرجع فارسی کتاب های تجربه کاربری

بهار ۱۳۹۸

شرایط فعلی شما مشخص نمی‌کنند که به کجا می‌توانید بروید،
آنها فقط تعیین کننده جایی هستند که شما کار خود را شروع می‌کنید.
نیدا کوبین - رئیس دانشگاه High Point

فهرست محتوا

مقدمه نویسنده.....	۵
مقدمه مترجم.....	۷
این کتاب برای چه افرادی نوشته شده است؟.....	۱۰
تجربه کاربری چیست؟.....	۱۲
خود ارزیابی.....	۲۴
فصل ۱: یادگیری تجربه کاربری را آغاز کنید.....	۴۲
فصل ۲: ابزار مناسبی برای خود انتخاب کنید.....	۶۰
فصل ۳: تجربه کسب کنید.....	۷۲
فصل ۴: شبکه سازی کنید.....	۸۸
فصل ۵: برای خودتان یک مربی پیدا کنید.....	۱۰۷
فصل ۶: استخدام شوید.....	۱۲۳
ضمیمه A: راهنمای شرکت در جلسات مصاحبه.....	۱۴۹
مصاحبه ۱ : ایریت ویلیام - مدرس آکادمی تجربه کاربری.....	۱۵۰
مصاحبه ۲ : کارن کالجان - مربی جذاب دوره های تجربه کاربری.....	۱۵۶
مصاحبه ۳ : آدام شیلینگ - شاغل در حوزه UX.....	۱۶۵
مصاحبه ۴ : مریدف نوبل - مربی UX.....	۱۷۴
درباره UX Mastery.....	۱۸۰
درباره UXBook.....	۱۸۲
معرفی استودیو طراحی تجربه کاربری رهنو.....	۱۸۳

مقدمه نویسنده

کارفرمایان و مدیران بیش از پیش متوجه شده‌اند که تجربه های مربوط به محصولات و خدمات یک شرکت و یا برند، برای کاربر نهایی بسیار حیاتی است و این تجربه ها قابل طراحی هستند. تجربه کاربری (UX) به عنوان یک موضوع تازه و جوان ظهور کرده است تا هم ترازوی بین طراحی و استراتژی کسب و کار را ترسیم کند.

با این حال، عبارت " تجربه کاربری - UX " نیز به روش های دیگری مورد استفاده قرار می گیرد. می توانید از ده نفر مختلف سوال کنید که تجربه کاربری چه معنایی دارد و شما ده ها پاسخ مختلف دریافت خواهید کرد. برای مثال:

- UX یک اصطلاح است، چتر تجربه کاربری.
- UX یک جنبش است.
- UX یک فرآیند است.
- UX یک نقش است.
- UX یک نظم است.
- UX یک صنعت است.
- UX یک فلسفه است.
- UX مجموعه ای از تکنیک ها است.
- ...

تمام این اظهارات تا حدی درست هستند، بنابراین تعجبی ندارد که جامعه UX کار بسیار سختی را در پیش دارد تا بتواند برای تعریف آنچه که ما انجام می دهیم و برای افراد معمولی، تعریف خوبی ارائه بدهد!

با این حال، یک تعریف وجود دارد که من می خواهم به این لیست اضافه کنم :

- UX یک شغل است.

این حقیقت که شما درحال مطالعه این کتاب هستید به این معنی است که احتمالا شما تصمیم گرفته اید طراحی تجربه کاربری را به عنوان شغل خود انتخاب کنید، اما شاید کمی سر درگم هستید که از کجا باید شروع کنید. احتمالا شما در یک دوره طراحی تجربه کاربری شرکت خواهید کرد، یک کتاب می خوانید و یا کمی تجربه در مورد نقش فعلی تان به عنوان طراح بدست می آورید، اما مطمئن نیستید که بعد از آن چه کاری باید انجام بدهید.

ما امیدواریم این کتاب به شما کمک کند پاسخ این سوالات و سوالات بیشتری که در ذهن خود دارید را پیدا کنید و از اطلاعات موجود در کتاب برای شروع و شکل دادن به یک شغل موفق و پر رونق استفاده کنید.

به دنیای طراحان تجربه کاربری خوش آمدید.

Luke & Matt.

مقدمه مترجم

سلام به همه دوستان و مخاطبین عزیز و گرامی این کتاب، من سامان وحدت هستم یک طراح تجربه کاربری. فعالیت خودم رو در حرفه برنامه نویسی از سال ۱۳۸۷ شروع و حدود ۸ سال برنامه نویسی وب رو به صورت حرفه ای کار کردم. با سازمان های دولتی و خصوصی مختلفی کار کردم که همگی برای من تجربه های خوبی به همراه داشتند.

در سال ۱۳۹۵ با حوزه طراحی تجربه کاربری آشنا شدم چیزی که مسیر شغلی من رو واقعا تغییر داد. شغلی که در مورد شناخت آدمها و تعاملات اونها با محصولات دیجیتال و غیر دیجیتال هست. واقعا کار لذت بخشی هست و من واقعا عاشق این کار شدم!

در حال حاضر مدیریت و رهبری تیم uxbook رو به همراه جمع بزرگی از بهترین طراحان ایران به عهده دارم و خیلی خوشحالم که در شبکه بزرگی از انسان های خوب و شریف قرار دارم که هر روز به رشد و شکوفایی همدیگه کمک میکنیم. این بهترین حس و خواسته قلبی من هست و از تک تک همراهان و دوستانی که در تیم uxbook حضور دارند، صمیمانه تشکر میکنم.

من از این فرصت استفاده میکنم و در این مقدمه، همه همکاران و دوستان عزیزم رو به صلح (به اسپانیایی la Paz) دعوت میکنم. بله صلح. شاید کمی عجیب به نظر برسه اما به نظر من صلح یک فرهنگ هست چیزی مثل امید. باید یاد بگیریم که در صلح و آرامش این مسیر رو با همدیگه ادامه بدیم. اگر تصمیم داریم به همدیگه کمک کنیم و یاور همدیگه باشیم به یک زمینه مناسب نیاز داریم. و چه چیزی بهتر از صلح. سعی کنیم در این فرصت باقی مونده از زندگیمون بهترین خودمون رو ارائه کنیم و هوای بغل دستیمون رو هم داشته باشیم.

در اینجا، جاداره که به یک نکته که چندوقت پیش تویت کردم هم اشاره کنم:

" اگر ما نتونیم بین همکارانمون همدلی ایجاد کنیم، قطعاً برای کاربر هم نمی تونیم کاری کنیم. همه چیز از خودمون شروع میشه. "

این کتاب هدیه و عیدی من به همکاران و علاقه مندان علم تجربه کاربری در سال ۱۳۹۸ هست. خودم به شخصه از این کتاب چیزهای زیادی یاد گرفتم و مطالعه اون رو به همه دوستانی که قصد ورود به دنیای طراحی تجربه کاربری دارند توصیه میکنم.

قطعاً ترجمه این کتاب خالی از اشتباه نیست و از شما دوست عزیز تقاضا دارم هرگونه نقد و پیشنهادات رو از طریق راه های ارتباطی که در زیر قرار گرفته به من اطلاع بدید.
امیدوارم سال پر رونق و شادی داشته باشید!



سامان وحدت



ترجمه این کتاب را با عشق تقدیم میکنم به همکار و دوست گرامی ام ، که همواره در زمینه یادگیری علم تجربه کاربری الگویی ارزشمند برای من هستند.

سامان وحدت

اسفند ۱۳۹۷

اگر کسی را دوست داریم، این هنر اوست نه هنر ما...

چقدر زیباست کسی را دوست بداریم....

نه برای نیاز....

نه از روی اجبار...

و نه از روی تنهایی.....

فقط برای اینکه ارزشش را دارد....

فروغ فرخزاد (۱۳۱۳، ۱۳۴۵)

این کتاب برای چه افرادی نوشته شده است؟

این کتاب برای افراد تازه وارد در زمینه UX، کتاب مناسبی است. البته بسیاری از محتوای کتاب برای طراحان ارشد^۱ که به دنبال نقشی جدید هستند، مفید خواهد بود. بین طراحان ضرب المثلی هست که می‌گویند:

" تازه واردان به UX همیشه کار خود را به عنوان یک طراح تجربه کاربری شروع نمی‌کنند! " در حقیقت، اکثر طراحان UX که من آنها را میشناسم حرفه خود را در نقش‌های دیگر - طراحی صنعتی، علوم کامپیوتر، طراحی گرافیکی، و حتی فیلم سازی آغاز کردند! پس اگر این یک تغییر شغلی است که به دنبال آن هستید، این کتاب برای شما نوشته است.

ما در این کتاب به شما کمک می‌کنیم تا موارد زیر را برای خودتان مشخص کنید:

- برای موفقیت به چه چیزی نیاز دارید، و چطور ارزیابی خود از این مهارت‌ها را انجام بدهید؟
- چه مسیری برای شما مناسب تر است؟ شرکت در دوره های حضوری، دوره آنلاین، دوره کوتاه مدت (کارگاه)، کنفرانس، یا مطالعه و یادگیری شخصی
- چگونه می‌توانید تجربه ارزشمندی را بدست بیاورید تا بعدا در زمان مناسبی بتوانید از آن تجربه برای استخدام شدن در یک موقعیت شغلی استفاده کنید؟
- چگونه نفوذ خود را در این صنعت گسترش بدهید و ارتباطات بیشتری پیدا کنید تا از فرصت‌های شغلی حتی قبل از تبلیغات و جذب نیرو توسط شرکت‌ها آگاه شوید!
- چگونه یک منتور و مربی برای خود پیدا کنید و با او در ارتباط باشید تا شغل خود را تغییر دهید.

^۱ senior designers

- چگونه برای یک مصاحبه کاری آماده شوید و چه چیزهایی باید در نمونه کارها شما وجود داشته باشند؟

شما همچنین بینشی از سمت دانشجویان، مربیان و افرادی که شما را استخدام می کنند به دست خواهید آورد و در صنعت UX کار خودتان را آغاز خواهید کرد. هدف این کتاب ارائه یک نقشه راه مناسب برای ورود به رشته طراحی تجربه کاربری با استفاده از همسو کردن هوش، مهارت‌های ارتباطی، ارتباطات حرفه‌ای و اشتیاق شما برای طراحی و به طور خاص برای یافتن یک موقعیت شغلی است.

ما نیز وارد مبحث آزاد کاری^۲ برای طراحان نمی شویم، زیرا موضوع گسترده ای است تا جایی که می توانیم برای آن یک کتاب کامل بنویسیم.

^۲ freelancing



تجربه کاربری چیست؟

آیا اصلا امکان ارائه یک تعریف مشخص برای تجربه کاربری وجود دارد؟

تلاش‌های زیادی برای ارائه یک تعریف مناسب از تجربه کاربری صورت گرفته است. تعاریف جدیدی هر روزه به صورت آنلاین مطرح می‌شوند که بسیاری از آن‌ها عالی و دقیق هستند.

ما این تعریف را پیشنهاد می‌کنیم: **تجربه کاربر همان چیزی است که در چه مکانی، چه زمانی، و چگونه یک نفر از یک محصول استفاده می‌کند، همچنین اینکه آن شخص (پرسنا) چه کسی است.**

من این تعریف را به خاطر دلایل زیر دوست دارم:

- **این تعریف در مورد تکنولوژی آگنوستیک^۳ است :** ما ممکن است در دستگاه‌های وب، تلفن همراه و یا دستگاه‌های سخت افزاری تخصص داشته باشیم، اما اصول UX در سراسر بخش‌های تجربه کاربر اعمال می‌شود. (تکنولوژی آگنوستیک نوعی از فلسفه است که شما باید از هر تکنولوژی برای به موفقیت رساندن پروژه‌های خود استفاده کنید.)
- **این جمله یک تعریف خلاصه ارائه می‌دهد، اما به ما اجازه می‌دهد که عمیق‌تر آنرا بررسی کنیم کنیم.** ما هر یک از آن‌بخش‌ها را در ادامه این کتاب بررسی خواهیم کرد، در کجا، چه زمانی، چطور، و چه کسی.
- **این تعریفی واضح است که توضیح می‌دهد تجربه کاربری چیست و درک دلایل رفتاری کاربر موجب تمایز طراحی تجربه کاربری از سایر حوزه‌های مجاور مانند بازاریابی، طراحی دیداری و علوم کامپیوتر می‌شود.**

شما ممکن است براساس تجربیاتی که در اختیار دارید، نسبت به این که تجربه کاربری به چه معنی است دیدگاه شخصی خودتان را داشته باشید، و این خیلی عالی است.

^۳ technology-agnostic

اما برای ادامه مطالعه این کتاب، بیاید هر دو با تعریف ارائه شده موافق باشیم. این باعث می‌شود که ما مکالمه و تعامل خیلی ساده تری داشته باشیم.



$UX \neq UI$

تجربه کاربری (UX) و رابط کاربری (UI)، به وضوح، دو اصطلاح متفاوت هستند که معمولاً با یکدیگر به اشتباه گرفته می‌شوند و بعضی از افراد هر دو را یکسان می‌دانند. تمایز این دو ظریف اما بسیار مهم است. یک راه برای بررسی این تفاوت این است که بگوییم رابط کاربری محصول در مورد چگونه دیدن شدن محصول می‌باشد، و تجربه کاربری محصول در مورد احساسی است که کاربران نسبت به آن محصول تجربه می‌کنند.

این موضوع برای رسیدن به تفاوت‌ها بسیار مناسب است، اما در مورد محصولاتی که حس‌های دیگر شما را شامل می‌شوند چطور؟ از قبیل ویژگی‌های صوتی که در ipod استفاده می‌شوند و یا حرکاتی که برای بازی کردن در xbox kinect از آن استفاده می‌کنید. مطمئناً معنای رابط کاربری بیش از زیبایی‌شناسی است، اینطور نیست؟

اورت مکای، در کتاب فوق‌العاده خود "رابط کاربری ارتباطات است"، رابط کاربری را به عنوان چیزی که کاربران را به تکنولوژی یک محصول متصل می‌کند تعریف می‌کند، و تجربه کاربری به عنوان تمام تجربه‌هایی که کاربران با آن محصول دارند. این مفهوم برای من منطقی است - رابط کاربری تنها بخشی از کل تجربه کاربر است. با این حال، عناصر دیگری نیز وجود دارند، مانند احساسی که یک علامت تجاری محصولی در شما تداعی می‌کند، احساسی که وقتی محصول را در دست نگه می‌دارید در انگشتان شما ایجاد می‌شود و مکالمه شما با کارکنان فروشگاه که منجر به تصمیم خرید شما می‌شود.

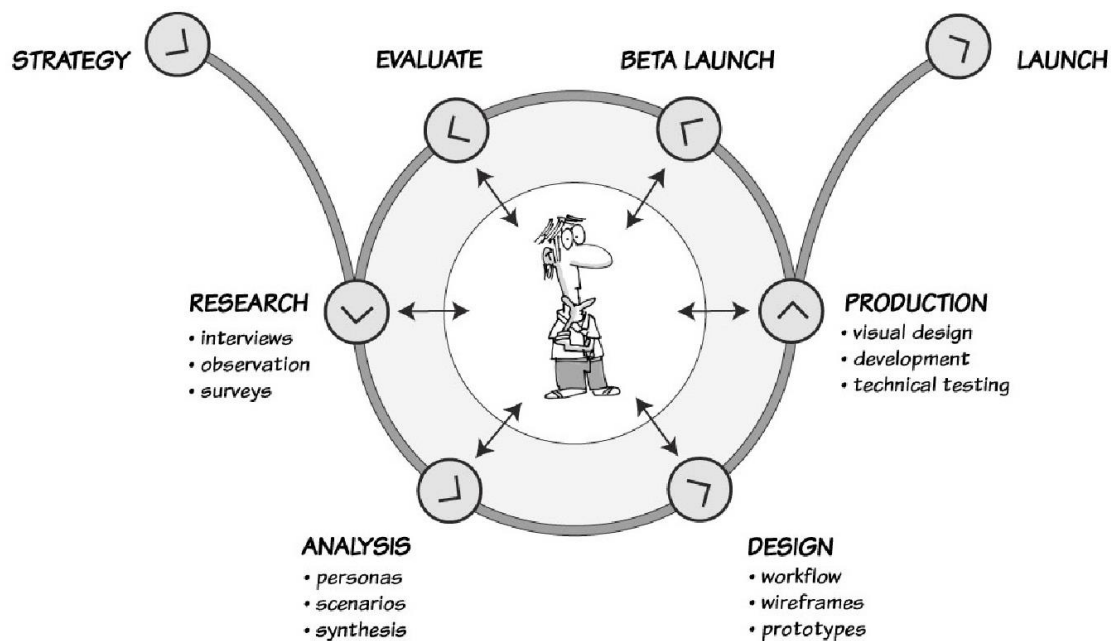
تجربه کاربری را انجام بدهیم!

بسیار خوب، پس ما توضیح دادیم که UX چیست. حالا بیایید در مورد نحوه انجام تجربه کاربری صحبت کنیم.

متأسفانه هیچ فهرستی مشخص و ثابتی وجود ندارد که من بتوانم آن را به شما بدهم که تضمین کند شما هر بار تجربه فوق العاده‌ای برای کاربران خود طراحی می‌کنید. ساختن یک فرایند گام به گام برای وار شدن و خارج شدن از هر تکنیک تجربه کاربری تقریباً غیرممکن است. اما ما می‌توانیم یک فرآیند مناسب را برای دنبال کردن به شما پیشنهاد بدهیم، و گستره‌ای از تکنیک‌ها را برای شما در نظر بگیریم تا با آن‌ها آزمایش و بررسی‌های خود را آغاز کنید (این روش‌ها در کتاب‌های دیگر [uxbook](#) نیز پوشش داده شده‌اند).

فرایند طراحی تجربه کاربری

بدون داشتن یک فرآیند، اتخاذ تصمیمات طراحی آگاهانه غیر ممکن است. شهود و قضاوت می‌توانند شما را تا این حد از مسئله دور کنند که متوجه شوید یک چیز حیاتی را از دست داده‌اید و یا یک فرض غلط را بوجود بیاورند که توانایی تغییر همه چیز را داشته باشد. طراحان UX یک فرایند طراحی مبتنی بر کاربر را دنبال می‌کنند. در اینجا به این فرایند اشاره می‌کنیم:



تصویری از یک فرآیند تکراری طراحی مبتنی بر کاربر.

هر فرایند تجربه کاربری در هسته مرکزی خود، باید شامل مراحل کلیدی زیر باشد:

۱. استراتژی

استراتژی از همان ابتدا مهم است زیرا استراتژی: برند، اصول راهنما و دید بلند مدت یک سازمان را بیان می‌کند. استراتژی، یک پروژه UX را پی‌ریزی می‌کند و اهداف پروژه را شکل خواهد داد - چیزی

که سازمان امیدوار است با این پروژه به دست آورد، چگونه موفقیت کار باید اندازه گیری شود، و اینکه در مورد مسائل مهم اولویت به چه صورت خواهد بود.

۲. تحقیقات

تحقیقات اغلب به عنوان مرحله اکتشاف نامیده می شود، میزان و نوع این مرحله احتمالا در بیشتر پروژه ها متغیر است. پروژه های پیچیده شامل فعالیت های پژوهشی قابل توجهی از کاربران و رقبا می باشند. در حالی که وب سایت های کوچک و استارتاپ ها ممکن است از همه فعالیت های تحقیقاتی به غیر از برخی مصاحبه های غیر رسمی و یک نظرسنجی کوچک صرف نظر کنند. در دیدگاه بسیاری از افراد، فاز تحقیق کلید ایجاد یک تجربه کاربری آگاهانه است، با این حال این مرحله اغلب در فرایند حذف می شود.

۳. تحلیل و بررسی

هدف از مرحله تحلیل، ترسیم بینش هایی از داده های جمع آوری شده در طول مرحله تحقیق است. طراحان با ثبت، سازمان دهی و نتیجه گیری از "آنچه" می تواند به طراحان تجربه کاربری کمک کند تلاش می کنند تا "چرایی" طراحی را درک کنند. برقراری ارتباط طراح با کاربران نهایی به تایید این موضوع کمک می کند که هر گونه فرضیات معتبر هستند.

۴. طراحی

مرحله طراحی یک پروژه UX مبتنی بر همکاری (شامل ورودی و ایده ها از افراد مختلف) و تکرار (به معنی اینکه به عقب بر می گردیم تا ایده ها و مفروضات را اعتبارسنجی کنیم) است. بر اساس حلقه بازخورد کاربر که در فاز قبل ایجاد شده است، هدف از مرحله طراحی ارائه ایده ها به کاربران، دریافت بازخورد، تصحیح آن ها، و تکرار می باشد. این ایده ها را می توان با نمونه های اولیه کاغذی، قالب های تعاملی و یا نمونه های اولیه نیمه کاربردی نشان داد که همگی به صورت low-fidelity ایجاد شدند تا هر محاوره کاربر مربوط به هویت گرافیکی، نام تجاری یا جزئیات تصویری را به تاخیر بیندازند.

۵. ساخت و تولید

مرحله تولید جایی است که در آن طرح با کیفیت بالا، طراحی می شود. محتوا و بخش های دیجیتالی ایجاد و نسخه high-fidelity از محصول با سهامداران و کاربران نهایی از طریق جلسات تست کاربری تایید می شود. در اینجا نقش طراح UX از ایجاد و اعتبار دادن ایده ها، به همکاری با توسعه دهندگان برای هدایت و موفقیت چشم انداز سازمان و یا کسب و کار تغییر می کند.

اما صبر کنید!! به نظر میرسد شما با این فرایند مشکل داشته باشید! این فرایند در واقع به صورت کلی کاربر محور نیست – بیشتر شبیه یک مدل آبشاری است! و همه می دانند که مدل آبشاری برای توسعه نرم افزار مدت ها است که از دور خارج شده، درست است؟ ما در طراحی تجربه کاربری از روش چابک استفاده می کنیم دوست عزیز! برای شما توضیح میدهم. مرحله ای که در بالا معرفی شدند، داستانی کامل را بازگو نمی کنند.

- این فازها اغلب هم پوشانی قابل توجهی دارند و بسیاری از آن ها کمی عقب تر و یا جلو تر در این فرایند قرار گرفته اند. به عنوان یک طراح تجربه کاربری بیشتر در مورد حل مشکلات، مخاطبان، ذینفعان و محدودیتهایی که در آن فعالیت می کنید تحقیق کنید و آموزش ببینید. ممکن است لازم باشد برخی از تحقیقات انجام شده را بازبینی، بازخورد کاربران دیگر را دریافت و یا ایده های جدید را امتحان کنید.
- همانطور که در بالا ذکر شد، این فرایند بسیار تکرارپذیر است، که ممکن است توضیح دهد که چرا همکاری های زیادی بین طراحی UX، اصول توسعه چابک و جنبش لین استارتاپ^۴

^۴ Lean Startup

وجود دارد. معلوم است که بازخورد کاربر به طور منظم در قلب تمام این رویکردهای توسعه محصول قرار دارد.

یکی از جنبه‌هایی که در موارد ذکر شده دیده نمی شود، اهمیت ارتباط در طول یک پروژه است. در حالی که طراحی عالی یک محصول مهم است، برقراری ارتباط با طراحی عالی نیز به همان اندازه مهم است، به طوری که حتی بهترین مفاهیم در صورتی که از سمت سهامداران محصول درست دریافت نشوند، پروژه شکست خواهد خورد. بهترین طراحان UX، از توانایی های خوبی در برقراری ارتباط برخوردار هستند.

تکنیک های تجربه کاربری

به عنوان یک متخصص تجربه کاربری، طیف گسترده ای از تکنیک های UX برای شما وجود دارد، و این به شما بستگی دارد که کدام یک از این تکنیک ها را انتخاب کنید. کسب مهارت در مورد زمان و چگونگی استفاده از این تکنیک ها باید جزو اهداف اصلی هر طراح تجربه کاربری باشد. این یک مهارت نیست که ما بتوانیم آن را در این کتاب به شما آموزش دهیم - هر پروژه، به زمان و تجربه خاصی احتیاج دارد، زیرا هر پروژه متفاوت است. با این حال، ما می توانیم شما را در مسیری درست هدایت کنیم:

تکنیک	چه موقع از آن استفاده کنیم؟	این تکنیک چیست؟
یادداشت و ثبت اطلاعات ^۵ (تحقیقات زمینه‌ای)	تحقیقات	مشاهده و مصاحبه با کاربران در مکان‌هایی که از یک وب‌سایت و یا اپلیکیشن استفاده می‌کنند، هدف این تحقیقات درک وظایف و چالش‌هایی می‌باشد که کاربران با آن روبرو هستند. این اطلاعات به ما کمک می‌کنند تا درک کنیم که چرا کاربران کارها و رفتارهایی را انجام می‌دهند.
ساخت پرسنا ^۶	تحلیل و بررسی	پرسنا یک هویت فرضی است که یکی از گروه‌های کاربری را منعکس می‌کند که شما در حال طراحی آن هستید. این تکنیک، تعریف ما از فردی است که طراحی تجربه کاربری را برای او انجام می‌دهیم.
نوشتن سناریوها	تحلیل و بررسی	سناریو یک روایت توصیفی از "یک روز زندگی" یکی از پرسناهای شما و اینکه چگونه محصول شما به زندگی آنها متصل می‌شود می‌باشد.

^۵ contextual enquiry

^۶ personas

سناریو معمولا مواردی مانند، چه چیزی، چه زمانی و در چه جایی از تعاریف ما را پوشش می دهد.		
وایرفریم یک راهنمای بدون ظاهر گرافیکی برای ترکیب بندی یک وب سایت یا یک اپلیکیشن است. این طراحی می تواند با دقت پایین و برای نمایش چیدمان اطلاعات، و یا با دقت بالا و با رابط کاربری مناسب طراحی بشود. همچنین یک وایرفریم می تواند شامل تصاویر یا طرح های ثابتی باشد، و یا به صورت یک نمونه اولیه تعاملی با عناصر قابل کلیک که محصول مورد استفاده را شبیه سازی می کند، طراحی شود. وایرفریم ها و نمونه های اولیه نشان می دهند که در عمل، چگونه فردی از محصول استفاده خواهد کرد.	طراحی	ساخت وایرفریم ها
مشاهده افراد در حین تلاش برای انجام وظایفی مشخص با استفاده از محصول یا نمونه اولیه		

شما. هنگام انجام این تست باید از کاربران بخواهید که با صدای بلند فکر کنند. این جلسات ممکن است تصمیمات طراحی را تایید و یا (به احتمال زیاد) اطلاعاتی اضافی را در مورد این که چرا کاربران همانند رفتار های خود عمل می کنند را نشان دهند. تحلیل و بررسی این یادگیری های کاربران بر نسخه های آینده محصول تاثیر خواهند گذاشت.	تحقیق، تحلیل، طراحی، ساخت	تست کاربرپذیری
--	---------------------------	----------------

این یک لیست تقریباً کامل است، این ها برخی از تکنیک های اصلی هستند که من خودم بارها و بارها از آن ها استفاده کرده ام، و نقطه خوبی برای شروع یادگیری فرایند طراحی تجربه کاربری است. همانطور که در این تکنیک ها مهارت بدست می آورید، می توانید تکنیک های بیشتری را به مجموعه خود اضافه کنید.



معرفی منابع مفید

برای بررسی یک لیست کامل تر از تکنیک‌های تجربه کاربری، بانک تکنیک‌های آنلاین UX ما را در آدرس زیر چک کنید.

<https://uxmastery.com/resources/techniques/>

ما به طور منظم این لیست را با تکنیک‌های جدیدی که آن‌ها را کشف و مستند می‌کنیم، به روز رسانی خواهیم کرد.

خلاصه فصل : تجربه کاربری چیست؟

- تجربه کاربری (UX) همان چیزی است که مشخص میکند: چه وقتی، در چه جایی، و چگونه یک فرد از یک محصول استفاده می‌کند، و همچنین اینکه آن شخص چه کسی است.
- فرایند تجربه کاربری روشی است که در پنج مرحله - استراتژی، تحقیق، تحلیل، طراحی، و ساخت- در حین استفاده از بازخورد کاربر و در هر مرحله از چرخه عمر محصول اتفاق می‌افتد.
- صدها تکنیک UX برای استفاده در یک پروژه وجود دارد، اما با تمرکز بر ۵ تکنیک: یادداشت و ثبت اطلاعات (تحقیقات زمینه‌ای)، ساخت پرسنا، نوشتن سناریوها، ساخت وایرفریم‌ها و تست کاربرد پذیری می‌توانید کار خودتان را شروع کنید.



خود ارزیابی^۱

خب، حالا شما می دانید قدم بعدی چیست ... اما از کجا باید شروع کنید؟

^۱ خودارزیابی (به انگلیسی Self-Assessment) یکی از شیوه های ارزیابی است که در آن، مسئولیت ارزیابی و گزارش کردن یک یا چند پارامتر به خود فرد واگذار می شود.

شما چرا اینجا هستید و این کتاب را مطالعه می کنید؟

با این حال، ممکن است کمی سردرگم شده باشید، چه به این دلیل که تحت تاثیر محتوا کتاب تا اینجا قرار گرفته باشید و یا تحت تاثیر چیزی که پیش روی شما قرار دارد. قبل از این که ادامه دهیم، از شما درخواست میکنم که چند لحظه ای به این فکر کنید که چرا می خواهید شغل خود را به عنوان طراح "UX" آغاز کنید. به زودی درک خواهید کرد که مقدار زیادی از اطلاعاتی که شما برای جذب شدن به آن نیاز دارید، به طور بالقوه ای طاقت فرسا هستند. (البته من چند استراتژی برای مقابله با این مسئله به شما ارائه می دهم).

و هیچ راه میانبری برای به دست آوردن تجربه در یک پروژه وجود ندارد - زمان و مهارت تنها راهنمای شما در این مسیر می باشند. این سفری است که شما می خواهید آن را به دلایل صحیحی آغاز کنید.

من شخصا از تنوعی که UX به من ارائه می دهد، هیجان زده می شوم: گستردگی چالش های طراحی، و دامنه فعالیت هایی که موجب می شود به تنهایی با افراد جدیدی درگیر بشوم. من طی سال ها یاد گرفته ام که برای رضایت شغلی ام به این تنوع نیاز دارم. شغلی که در آن می توانم مهارت های بصری، فنی و مهارت های ارتباط با افراد را به کار بگیرم. در حقیقت نتایج وب سایت ها، برنامه های تلفن همراه و واسطه های کاربری که من طراحی می کنم، اغلب برای افرادی که از آن ها استفاده می کنند، بسیار لذت بخش است.

این موضوع چه ربطی به UX دارد که شما به سمت آن کشیده شده اید؟

اگر پاسخ شما این است که این یک صنعت جدید و پر هیاهو است، و شما کار کافی به عنوان یک طراح گرافیک پیدا نمی کنید.... پس من شما را تشویق می کنم که قبل از اینکه وارد این شغل شوید، کمی بیشتر در این باره تامل کنید.

در حالی که برای شغل طراح تجربه کاربری تقاضا زیادی وجود دارد، این شغلی مناسب برای همه افراد نیست. چیزهای زیادی برای یادگیری وجود دارد، و من فقط درباره یک نظریه حرف نمیزنم. ساخت یک شغل طراح تجربه کاربری موفق نیازمند تعهد برای دور کردن خودتان از صفحه نمایش و خارج شدن از زندگی آرام و راحتی که در آن هستید دارد. شما باید در سخنرانی ها، جلسات گروه ها تسهیل گر و جلسات سهامداران شرکت کنید و با افراد ارتباطات بصری برقرار کنید.

هر چیزی که انگیزه شخصی شما برای موفقیت در حوزه تجربه کاربری باشد، باید چیزی بیشتر از پول نقد و یا بدست آوردن افتخار باشد (چیزی مثل عشق، یک حقیقت). به سوالاتی که در ذهن خودتان دارید پاسخ بدهید، و آنگاه چالش های پیش رو شما به مراتب کم تر خواهند بود.

ممکن است انگیزه های کمی برای تبدیل شدن به یک طراح تجربه کاربری داشته باشد، اما من برای شما یک تمرین در نظر گرفته ام که فعال تر شوید.

من می خواهم شما همین حالا مطالعه این کتاب را متوقف کنید، یک قلم و کاغذ بردارید، و این جمله را برای من کامل کنید (سعی کنید از اشاره به میزان حقوق و یا نوشتن یک بیانیه رسمی خودداری کنید و خودتان باشید) :

من می خواهم یک طراح UX باشم زیرا...

(دلیل خودتون رو بنویسید جدی میگویم، من برای شما همینجا صبر می کنم!)

خب، برگشتید به مطالعه کتاب! عالی است. از این تمرین چه چیزی یاد گرفتید؟

اگر این تمرین برای شما مشکل بوده، ممکن است بخواهید درباره موضوع کمی بیشتر فکر کنید و زمانی که در ذهن خود به جواب مناسبی رسیدید، آن را اصلاح کنید. داشتن یک حس هدفمند، به شما استقامت و پایداری می بخشد. چیزی، که شما به آن نیاز دارید تا بتوانید به سمت مشکلات اجتناب ناپذیری که در هر حرفه ای وجود دارد حرکت کنید.



ویدئو : با پرسش های خود آشنا شوید

سیمون سینک در این ویدئو با عنوان " با یک پرسش آغاز کنید: رهبران بزرگ چگونه به اقدامات و کارها الهام می بخشند؟"، یک یادآور الهام بخش از این موضوع است که چگونه با هدف بودن در زندگی شخصی و حرفه ای ما، بدون در نظر گرفتن زمینه ای که مشغول به کار هستیم، می تواند منجر به موفقیت شود.

https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action

انجام خود ارزیابی

اگر شما با هدف افزایش تعداد فروش در فروشگاه اینترنتی، در حال طراحی مجدد سبد خرید فروشگاه هستید، اولین چیزی که باید بدانید این است که در حال حاضر چه میزان فروش دارید. تصمیم گیری در مورد اینکه چگونه با نقطه ورود خودتان به تجربه کاربری برخورد کنید، بسیار شبیه به این است

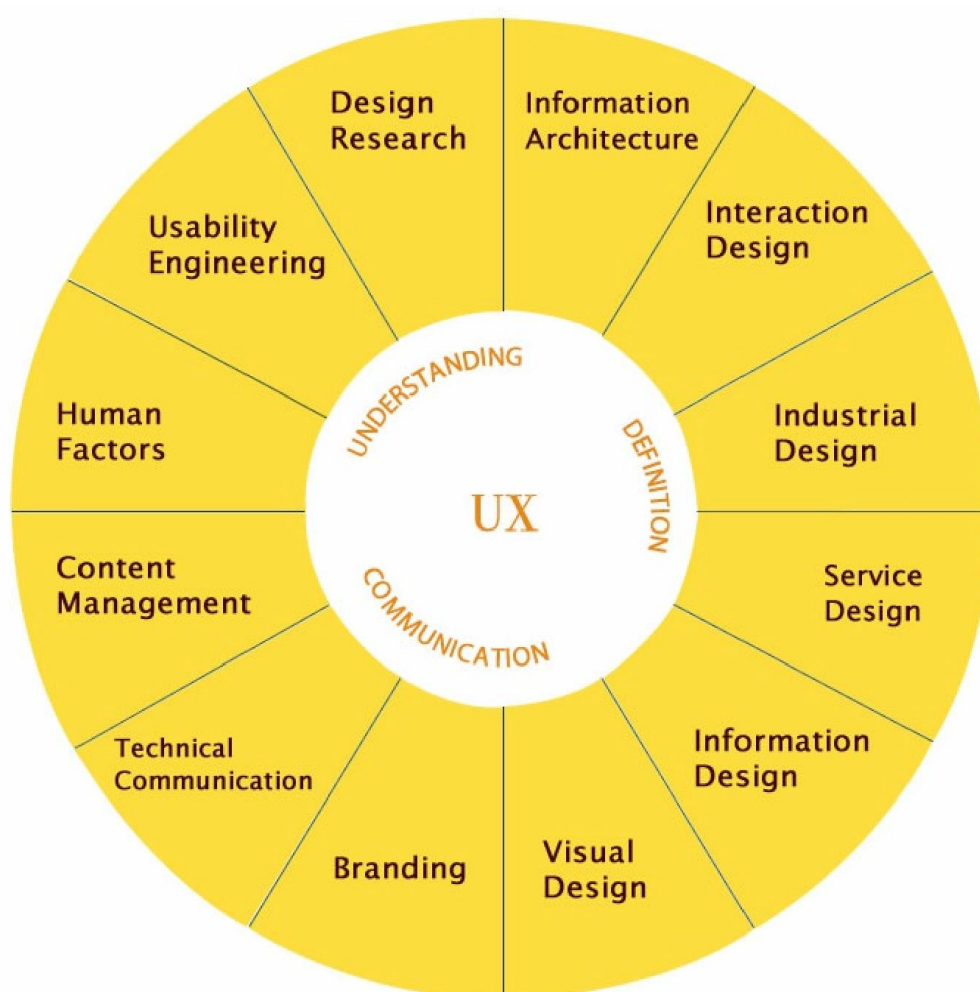
که به تنهایی مسئولیت یک پروژه UX را به عهده بگیرید، شما باید برای خودتان یک پایه و اساس داشته باشید. درک کردن سطحی از مهارت هایی که در حال حاضر در اختیار دارید، یک پیش شرط برای برنامه ریزی نقطه ای است که می خواهید به سمت آن بروید.

برای انجام این خود ارزیابی چیزی به اسم "بهترین راه" وجود ندارد. ما انسان ها با مهارت هایی که داریم بسیار پیچیده هستیم! با این حال، رویکردهای مختلفی وجود دارند که به طور خاص برای تفکر در مورد شغل تجربه کاربری ابداع شده‌اند. با یکدیگر چندین مورد را بررسی می کنیم:

دانش

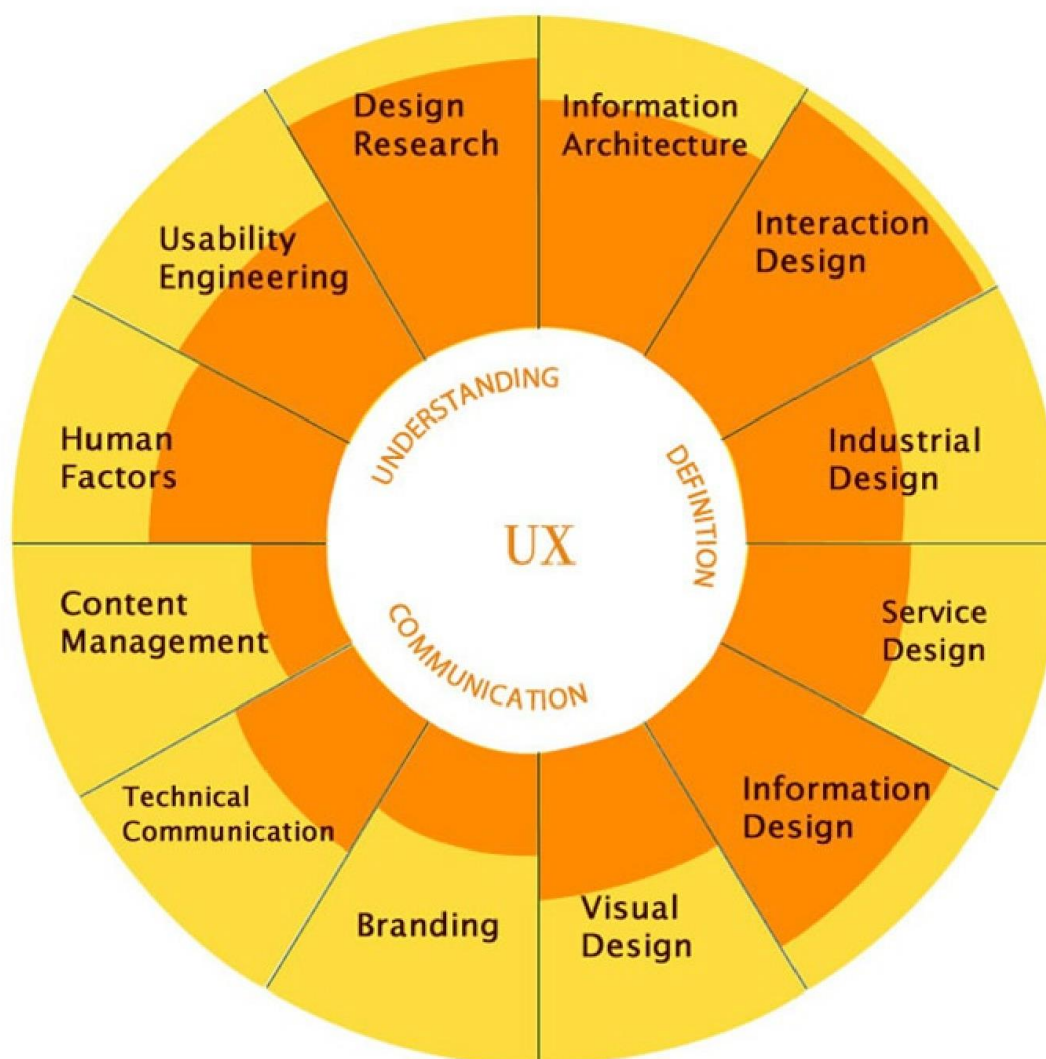
ساعت آفتابی الیزابت بیکن از زمینه‌های تجربه کاربری^۲، یک مدل فوق‌العاده برای بدست آوردن یک دید کلی و اینکه چگونه دانش شما در زمینه تجربه کار رشد می‌کند است. برای پیشرفت در یک سطح استراتژیک و جایگاهی ارزشمند، (که شاید هدف نهایی همه افراد حرفه‌ای باشد) فرد باید قادر به درک، تعریف، و ارتباط با گستره وسیعی از زمینه‌ها باشد.

تصویراً: زمینه‌های طراحی تجربه کاربری : ساعت آفتابی الیزابت بیکن



^۲ sundial of User Experience fields

البته، نمیتوان انتظار داشت که هیچ شخصی در تمام این زمینه‌ها دانش عمیقی داشته باشد. یکی از اهداف شغلی تان باید این باشد که در یک یا دو مورد از این زمینه‌ها تبدیل به یک متخصص شوید، اما باید بین تمامی بخش‌ها تعادل را حفظ کنید. در شکل بعدی می‌توانید خود ارزیابی الیزابت بیکن از مدل پیشنهادی خودش را مشاهده کنید:



تصویر ۲ : این یک تصویر جامع از تجربه الیزابت بیکن است.

به عنوان یک طراح ارشد^۳، الیزابت به وضوح در طراحی تعاملی و چند حوزه مرتبط با یکدیگر قوی است. او همچنین درک خوبی از زمینه های دیگر دارد، و این تعادل به او کمک می کند تا با توسعه دهندگان، صاحبان کسب و کار، کاربران، تولیدکنندگان محتوا، و دیگر اعضای تیم درگیر در پروژه خود به خوبی تعامل برقرار کند.

این حقیقت که همه این مهارت ها در ساخت یک طراح تجربه کاربری موفق نقش دارند، چشم انداز امیدوارکننده ای است. با این حال، هدف در اینجا این نیست که شما باید برای تبدیل شدن به یک متخصص در هر یک از این زمینه ها تلاش کنید – منظور من بیشتر این است که شما بتوانید نشان دهید که چتر تجربه کاربری واقعا چقدر وسیع است.

فعلا کافی است که بگوییم مهم نیست که در یکی از این زمینه ها چقدر ماهر می شوید، همیشه چیزهای بیشتری برای یادگیری وجود دارند.

^۳ senior designer



خود ارزیابی خود را همین حالا انجام بدهید!

در این ebook یک ضمیمه برای ارزیابی شما قرار داده شده است. ساعت آفتابی الیزابت بیکن را چاپ کنید و از آن برای اجرای برنامه خود استفاده کنید. نیازی نیست با نرم افزارهای گرافیکی کار کنید- فقط با یک ماژیک رنگی زمینه هایی که در آن مهارت دارید را رنگ کنید. پوستر خود ارزیابی خودتان را در اتاق خانه و یا محل کار سنجاق کنید تا به عنوان یک یادآور از قسمت هایی که امیدوارید به آن برسید، نموداری در اختیار داشته باشید.

همین حالا امتحان کنید: در هر یک از زمینه های تجربه کاربری بخودتان از ۱ تا ۱۰ نمره بدهید، نمره ۱ به معنی "من یک فرد کاملاً مبتدی هستم" و ۱۰ به معنی "من یک متخصص هستم" و لطفاً صادقانه جواب بدهید!

مهارت های هایی که یک طراح تجربه کاربری به آن نیاز دارد

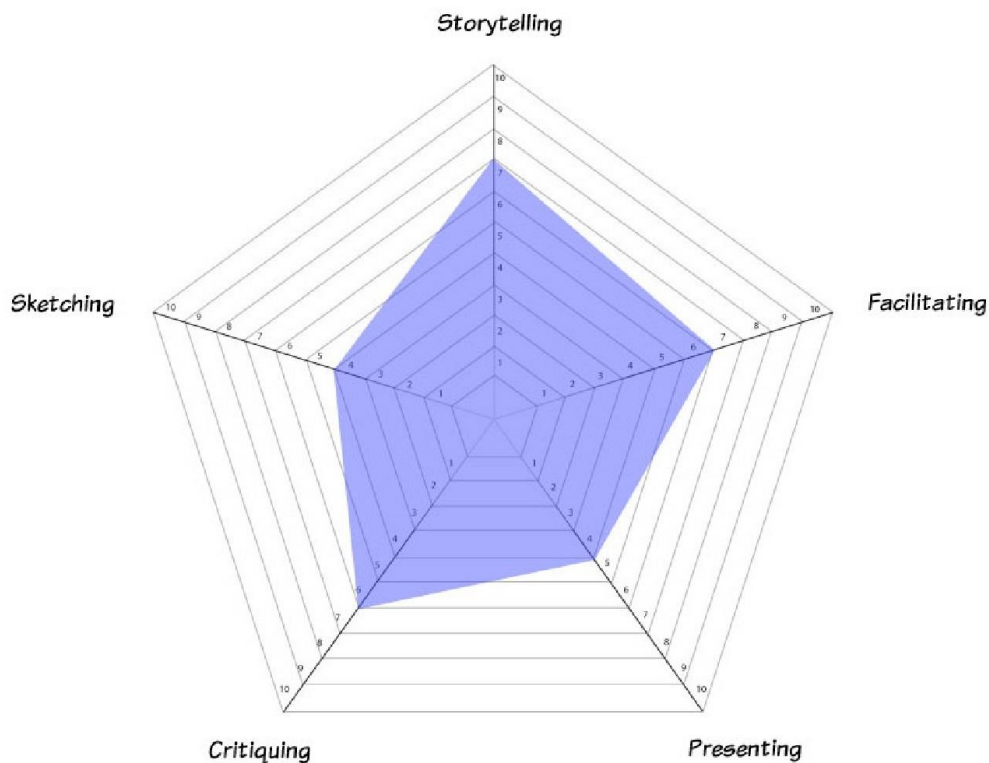
آموزش و یادگیری در مورد یک حوزه خاص بسیار خوب است، اما قادر بودن به استفاده از این دانش کاملاً یک چیز دیگر است. جرارد اسپول، بنیانگذار [وب سایت مهندسی رابط کاربری](#)، با مطالعه کارهای برخی از متخصصان UX، پنج مهارت ضروری برای تسلط بر تجربه کاربری را معرفی میکند:

۱. طراحی اسکچ
۲. داستان گویی
۳. تجزیه و تحلیل
۴. ارائه دادن

۵. آسان کردن کارها

شما متوجه خواهید شد که همه این مهارت‌ها کاملاً مستقل از زمینه‌ای هستند که ما کمی قبل تر آن را بررسی کردیم. این پنج مهارت از نوع چیزی نیستند که شما در یک دوره آموزشی آن را انتخاب کنید و یاد بگیرید. آن‌ها مهارت‌های زندگی هستند و شما در طول حرفه خود بر روی آن‌ها کار می‌کنید. در زمینه‌های مورد نظر در بخش قبل (ساعت آفتابی الیزابت بیکن)، بدست آوردن دانش عمیقی از همه زمینه‌ها به طور عملی غیرممکن است.

با این حال هنگامی که تجسم کنید هدف شما به جای تعادل برقرار کردن حتی در یک طیف کوتاه، حداکثر پوشش دادن به یادگیری خودتان است، بر اساس قانون احتمال، این امکان وجود دارد که بتوانید به طور بالقوه ای در همه این پنج مهارت یک استاد کامل بشود.



تصویر ۳: نمودار خود ارزیابی، تکمیل شده توسط جرارد اسپول

تجربه محیطی^۴

اگر شما از یک حرفه و شغل دیگر (غیر مرتبط) پا به دنیای طراحی تجربه کاربری گذاشته اید، دیدگاهی که می تواند به شما برای استفاده از تجربیات انباشته شده در ذهنتان کمک کند این است که محیط هایی را که آن کار کرده اید را در نظر بگیرید.

تجربه کاربری یک چتر بسیار بزرگ است، بنابراین در حالی که برخی از نقش های قبلی شما ممکن است مستقیماً با UX ارتباط نداشته باشند، ممکن است آن ها را در محیط های کاری قبلی خود انجام داده باشید و این ویژگی به شما اجازه می دهد تا مهارت های کسب و کار در محیط کار جدید خود را گسترش دهید و بتوانید در جایگاه شغلی آینده خودتان از آن ها استفاده کنید.

در واقع چهار نوع محیط کاری وجود دارد که طراحان UX در آن فعالیت می کنند:

- **استخدام در یک شرکت^۵** : شما به عنوان یک کارمند در یک شرکت کار می کنید، بر روی یک محصول یا سرویس که متعلق به شرکت است. ممکن است در انزوا و یا به عنوان بخشی از یک تیم عمل کنید.
- **همکاری با آژانس های طراحی^۶** : شما به عنوان یک کارمند در یک آژانس کار می کنید، ارائه مشاوره و یا خدمات حرفه ای را به تعدادی از مشتریان ارائه می دهید.
- **فریلنسر / پیمانکار / مشاور^۷** : شما به طور مستقل برای یک شرکت کار می کنید. ارائه مشاوره یا سایر خدمات حرفه ای به آن ها و یا مشتریان آن ها از وظایف شما می باشد.
- **بنیانگذار یک کسب و کار^۸** : شما مالک یک آژانس طراحی تجربه کاربری هستید، و یا مالک بخشی از یک محصول و یا یک شرکت خدماتی. ممکن است در توسعه محصول، مشاوره،

^۴ Environmental Experience

^۵ In-house

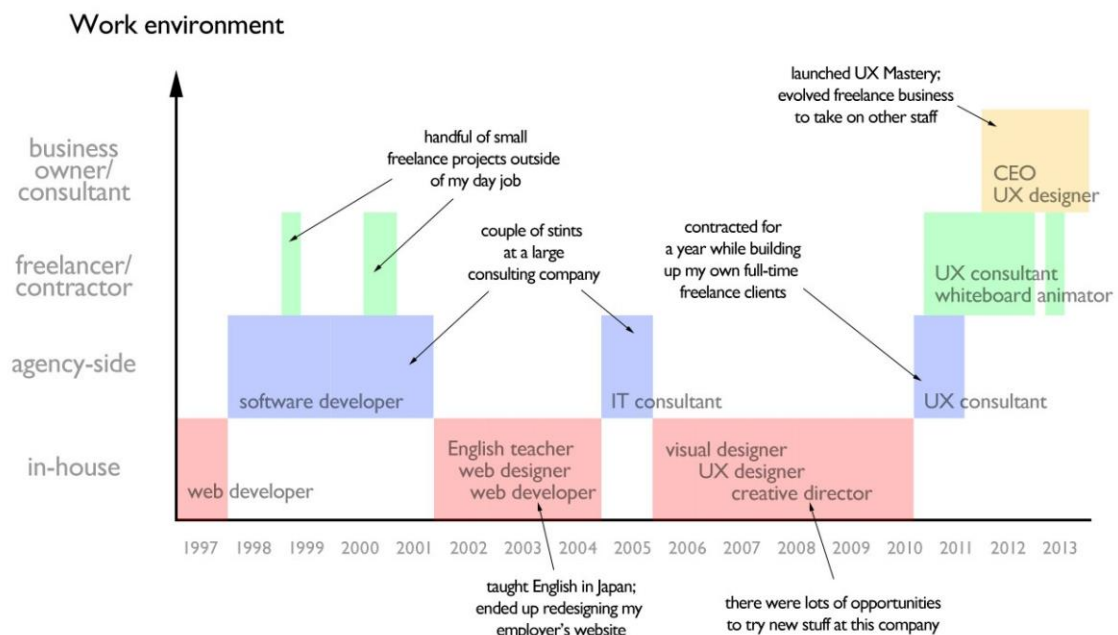
^۶ Agency-side

^۷ Freelance/Contractor/Consultant

^۸ Business owner

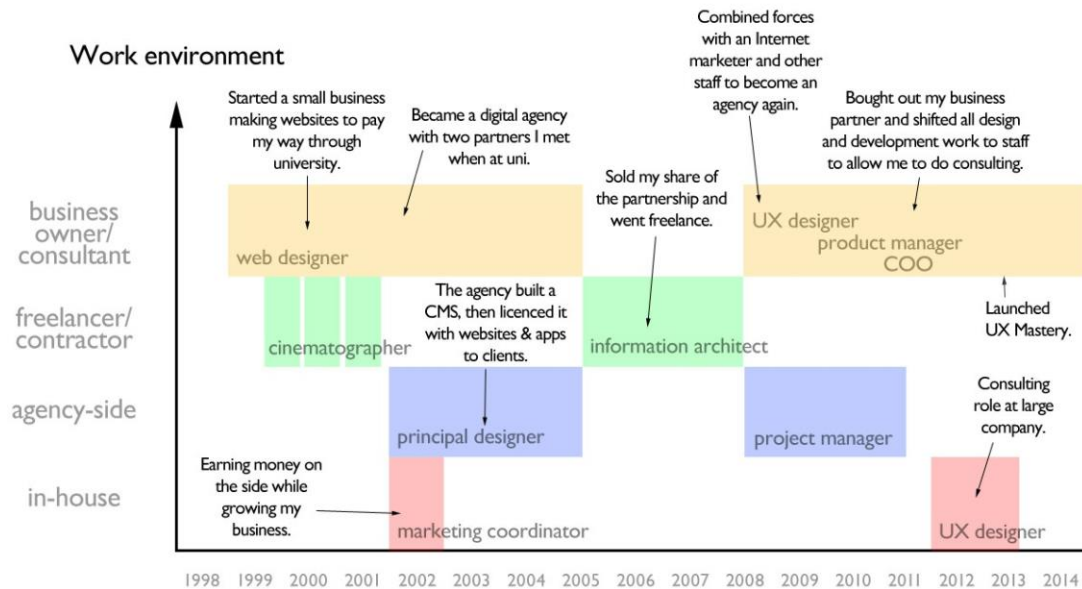
فروش و یا فعالیت‌های دیگری هم مشغول باشید، اما مقدار زیادی از وظایف شما شامل برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری استراتژیک در مورد کسب‌وکار خودتان است.

می‌توانید شغل خود را به شکلی ترسیم کنید که نشان دهد تجربه شما در کدام محیط به دست آمده است. در اینجا یک نمودار شغلی برای شما ارائه شده است (این نمودار مربوط به شغل‌های تمام وقت است و نه کارهای نیمه وقت). این نمودار به طور بدیهی یک ساده‌سازی از شرایط مختلف اشتغال است، اما حتی اگر تنها برای مرجع خودتان آن را بررسی می‌کنید، این یک تکنیک مفید برای منعکس کردن سفر شما و مسیری است که ممکن است بخواهید بعد از آن برای شغل آینده خود تصمیم بگیرید.



تصویر ۴: نمودار شغلی، نمایش نقش‌های تجربه کاربری در محیط‌های کاری مختلف

این نمودار را با حرفه یک کارآفرین مقایسه کنید، متوجه می شوید که بسیار متفاوت است و داستان کسی را بازگو می کند که در مراحل اولیه حرفه خود کارآفرینی بیشتری داشته است.



شکل ۵: این نموداری فردی را نشان میدهد که در اوایل کار خود به کارآفرینی متکی بوده است.

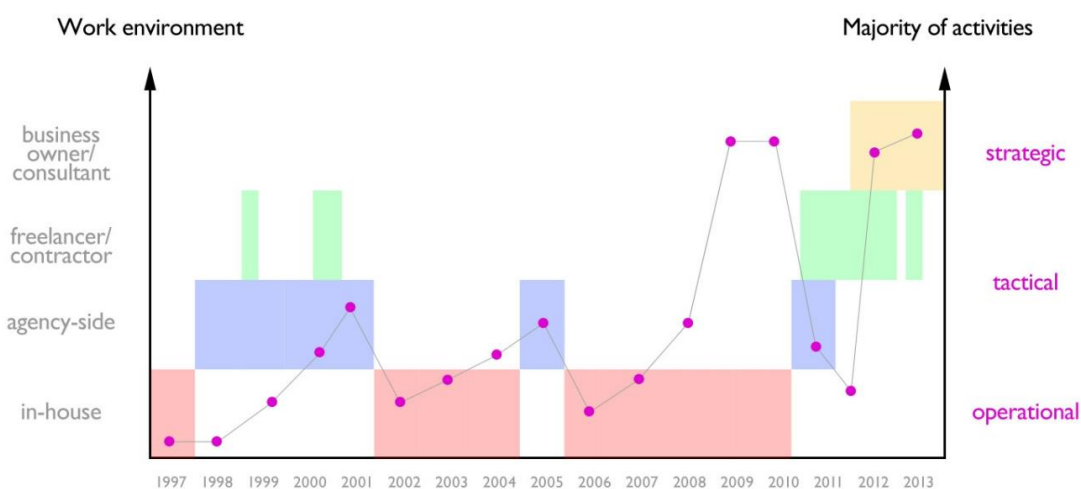
تفکر استراتژیک

بسیاری از تکنیک های UX که ما در مورد آن بحث می کنیم به شدت عملیاتی هستند. این ها مهم هستند، اما نقش های مختلف به شما این امکان را می دهد که در استراتژی یک کسب و کار، سطوح متفاوتی از ورودی ها را داشته باشید. در حالی که چالش های هدایت استراتژی یک کسب و کار کسب و کار یک نفره کاملاً متفاوت از تصمیم گیری استراتژیک در یک شرکت بزرگ هستند، هنوز برای تجسم این که شما در چه مرحله ای فرصت استفاده از تفکر استراتژیک را دارید، مفید است.



تصویر ۵: در این نمودار، شغل یکی از همکاران من در محدوده‌ای از نقش‌های مختلف ترسیم شده است.

مقایسه این دو نمودار با قرار دادن یکی رو بروی دیگری جالب است.



تصویر ۶: رابطه بین فرصت‌های شغلی مختلف یکی از همکاران من و درجات تفکر استراتژیک

در حالی که لزوماً نوعی همبستگی یک به یک بین محیط و میزان تفکر استراتژیک که یک فرد در آن درگیر می‌شود وجود ندارد، درک این داده‌ها می‌تواند به شما کمک کند که در مورد چگونگی هدایت

کردن شغل خود تصمیم‌گیری کنید. همچنین این دو نمودار می‌توانند یک ابزار بسیار موثر برای برقراری ارتباط تجربه شما با استخدام شدن در نزد یک کارفرمای احتمالی باشد.

اگر به تصویر ۶ دقت کنید متوجه می‌شوید این همکار من از سال ۱۹۹۷ تا سال ۲۰۱۳ در چهار سطح شغلی که قبل تر توضیح دادیم به کار مشغول بوده است، هرچه قدر که فرد در محیط های کاری متفاوتی قرار بگیرد و پروژه های بیشتری را انجام بدهد برای رفتن به سطح بعدی آمادگی بیشتری خواهد داشت.



قبل از اینکه درگیر کار حرفه ای شوید، قواعد و اصول را یاد بگیرید

اگر شما تازه شروع به کار کردید، بدون گذراندن مدت زمانی به عنوان کارمند و استخدام شدن در چندین شرکت، مستقیماً به سراغ تفکر استراتژیک نروید. استراتژی که برای آن تلاش می‌کنیم مهم است، اما درک خوبی از تجربه و تجربه در طراحی کاربر محور، توصیه‌های ارزشمندی را برای ارائه یک مشاوره استراتژیک معتبر برای شما به ارمغان می‌آورد.



یک شنونده خوب باشید

ابزارهای خود ارزیابی، شامل الگوهایی برای مهارت‌ها، محیط کار، و تفکر استراتژیک است که شما می‌توانید آن را چاپ، رنگ آمیزی و در محل کار خود نصب کنید تا به عنوان یک چک لیست برای یادآوری آموزش‌ها و مسیر شغلی خود از آن استفاده کنید. به یاد داشته باشید که با خودتان صادق باشید - باید خود ارزیابی را به عنوان فرصتی برای شناسایی زمینه‌هایی که می‌توانید در آن مهارت‌ها یک روز در کلاسی جهانی و ارزشمند قرار بگیرید نگاه کنید، و نه به عنوان وسیله‌ای برای تحت تاثیر قرار دادن کسی.

یک نقشه راه برای موفقیت شما در شغل طراحی تجربه کاربری

بسیار خوب. تا اینجا کار تعدادی از مواردی که برای شروع نیاز دارید و اطلاعات جانبی را به شما ارائه کردیم، اما احتمالاً هنوز برای یادگیری بیشتر اشتیاق دارید. در ادامه یک مسیر اصلی را معرفی کرده ایم، گام‌هایی که برای راه‌اندازی یک شغل موفق به عنوان یک طراح تجربه کاربری به آن‌ها نیاز دارید. فقط شش گام را لیست کردیم:

مرحله ۱: یادگیری تجربه کاربری را آغاز کنید.

مرحله ۲: ابزار مناسبی برای خود انتخاب کنید.

مرحله ۳: تجربه کسب کنید.

مرحله ۴: شبکه سازی کنید.

مرحله ۵: برای خودتان یک مربی پیدا کنید.

مرحله ۶: استخدام شوید.

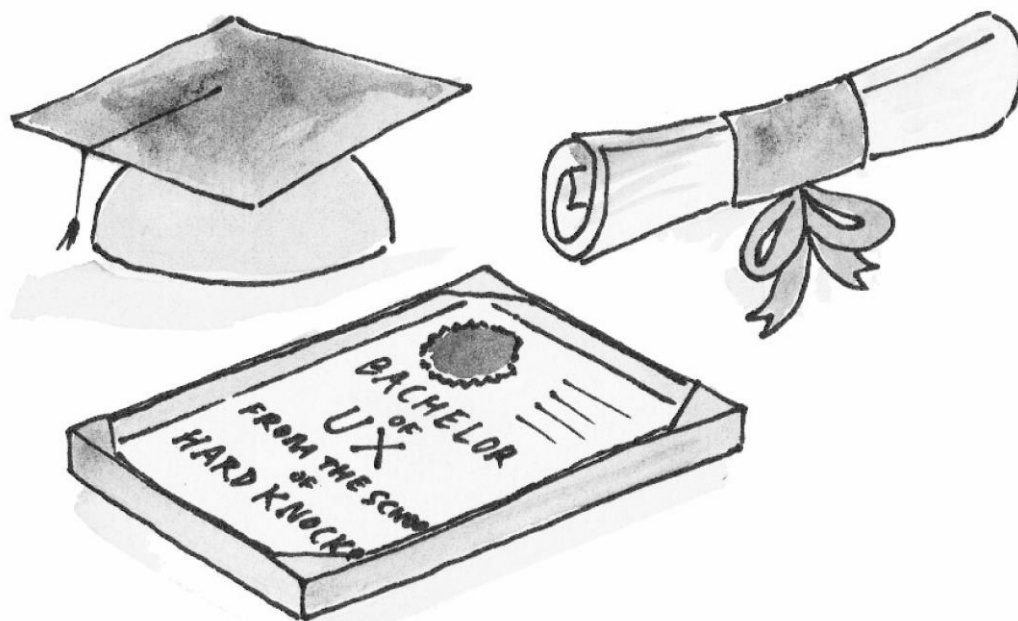
برای ادامه این کتاب، ما هر یک از این مراحل را به نوبت بررسی خواهیم کرد.

سوال هایی که باید از خودتان بپرسید :

۱. چرا می‌خواهید در تجربه کاربری شغلی پیدا کنید؟ اگر شما تنها بدست آوردن یک حقوق را دنبال می‌کنید، بعید است که خواسته شما برآورده شود و یا موفق بشوید.
۲. در کدام زمینه‌ها بیش‌ترین دانش و تجربه را دارید؟ اگر در صنایع دیگر کار کرده‌اید، شانس خوبی دارید که مهارت‌ها و تجربیاتی داشته باشید و بتوانید از آن در نقش UX استفاده کنید. یک خود ارزیابی صادقانه به شما کمک می‌کند مشخص کنید که دانش خود را در کدام حوزه باید گسترش دهید.
۳. در کدام یک از پنج مهارت قوی‌تر هستید؟ کدام یک از این مهارت‌ها به کار بیشتری نیاز دارد؟ چه فرصت‌هایی برای توسعه بیشتر این نقاط کور وجود دارد؟
۴. در کدام محیط‌های کاری بیش‌ترین تجربه را دارید؟ ماندن در قلمرویی که با آن آشنا هستید ممکن است راحت باشد، اما پویایی مختلف محیط های کاری، شما را برای رشد حرفه‌ای مورد تشویق قرار می‌دهد.
۵. در چه مقطعی در سطح استراتژیک، دارای تجربه هستید؟ به دنبال فرصت هایی برای به دست آوردن نقش برنامه ریزی استراتژیک و تصمیم گیری های بیشتر باشید.

خلاصه فصل : خود ارزیابی

- بدانید که چرا تصمیم خود را صرفاً براساس انتظار افزایش دست مزد پایه گزاری می کنید، این دلیل خوبی برای تغییر شغل تان نیست.
- تجربه کاربری یک چتر بزرگ است. یک ارزیابی شخصی، زمینه‌هایی را به شما نشان خواهد داد که شما در مورد آن آگاهی دارید و آن‌هایی که ممکن است نیاز به تمرکز بیشتری داشته باشند.
- مهارت‌های خود را تحلیل و بررسی کنید، و به دنبال فرصت‌هایی باشید که به شما این امکان را می‌دهد تا مهارت‌هایی را که در آن‌ها ضعیف هستید، قوی تر کنید.
- در مورد انواع محیط‌های کاری که در آن تجربه دارید، فکر کنید. فرصت‌هایی را در نظر بگیرید که در معرض محیط‌های مختلف قرار می‌گیرند.
- در طول حرفه خود، به دنبال فرصت‌هایی برای یادگیری و درک اینکه چگونه استراتژی کسب و کار و UX بر یکدیگر تاثیر می‌گذارد باشید. هدف شما باید ایجاد یک شایستگی ویژه در برنامه ریزی استراتژیک، مشاوره و هدایت یک محصول، خدمات یا کسب و کار باشد.



فصل ۱: یادگیری تجربه کاربری را آغاز کنید.

"در مورد طراحی UX، من چه دوره آموزشی را باید یاد بگیرم؟" این یکی از رایج‌ترین پرسش‌هایی است که ما معمولاً از سوی مخاطبین وب سایت UXMastery دریافت می‌کنیم...

در این فصل ما این موارد را بررسی می‌کنیم :

- آموزش‌های دانشگاهی و آکادمیک
- دوره‌های حرفه‌ای
- دوره‌های آنلاین
- کنفرانس‌ها و کارگاه‌های آموزشی
- خودآموزی

شاید شما برای ثبت نام در یک برنامه دانشگاهی، یک دوره حرفه ای، یک دوره آنلاین، یک کنفرانس دو روزه و یا فقط برنامه مطالعه شخصی خودتان بر اساس تعداد انگشت شماری از کتابها و مقالات آنلاینی که در اختیار دارید، برنامه ریزی کنید. تمام این ها همه مسیرهای بالقوه ای برای یادگیری شما هستند. انتخاب مناسب برای شما بستگی به موقعیت منحصر به فرد شما دارد: تجربه قبلی شما، زمانی که شما در اختیار دارید، موقعیت مالی شما و سبک یادگیری که برای شما مناسب تر است. من نمیتوانم یک پاسخ واقعی به شما بدهم که کدام روش یادگیری را انتخاب کنید، زیرا واقعا کار سختی می باشد. هر مسیر مزایا و معایب خود را دارد. با این حال، با بررسی پنج روش یادگیری نام برده شده، میتوانم امیدوارانه این تصمیم را برای شما آسان تر کنم.

آموزش های دانشگاهی و آکادمیک

آیا اگر یک مدرک کارشناسی از طراحی تجربه کاربری در دانشگاه شما ارائه شود، عالی نخواهد بود؟ متأسفانه، ما از این گزینه خیلی دور هستیم. برخی از موسسات عالی رتبه مدرکی در مورد تعامل انسان با کامپیوتر و یا طراحی تعاملی ارائه می دهند، اما شما متوجه خواهید شد که اکثر افراد حرفه ای راه خود را به UX از زمینه های مختلف باز کرده اند، یا در حوزه های مرتبطی، مانند علوم کامپیوتر یا روانشناسی، تحصیل کرده و مدرک گرفته اند. و یا حتی بعضی از طراحانی که ملاقات می کنید ممکن است در یک زمینه کاملا بی ربط تحصیل کرده باشند.

به طرز عجیبی، بسیاری از افراد شاغل در حرفه UX که من با آنها صحبت کرده ام گفته اند که اگر آنها قصد بازگشت به تحصیل را داشته باشند، برای مطالعه زمینه های روانشناسی و یا تعامل انسان و کامپیوتر^۹ را انتخاب می کنند، چرا که آنها این موضوع را به عنوان یک نقطه عطف متفاوت

^۹ (hci) human-computer interaction

شناخته اند. در اینجا من مزایا و معایب راه اندازی شغل UX از طریق یک مدرک دانشگاهی و یا مشابه آن را توضیح میدهم :

مزایا

- شما به درک عمیق تری از یک نظریه دست پیدا می کنید: مطالعه هر موضوعی در دانشگاه همیشه منجر به درک کامل آن موضوع می شود.
- اعتبار شما افزایش می یابد: اگر چه در موارد نادری، یک معیار رسمی در یکی از زمینه های مربوط به UX (علوم کامپیوتری، طراحی گرافیک، تعامل انسان و کامپیوتر، رفتار انسان) ممکن است برای برخی از نقش ها در شغل شما مورد نیاز باشد. این همیشه درست نیست که داشتن یک مدرک در یکی از این زمینه های مرتبط با کار شما موجب کسب اعتبار بالقوه در نزد کارفرما می شود، اما نداشتن مدرک دانشگاهی به ندرت به شما صدمه می زند و البته در برخی از صنایع، وجود یک مدرک کارشناسی ارشد به طور قطع کمک می کند.

چشم انداز ایریت ویلیام، یک دانشجوی کارشناسی ارشد

" من فکر نمی کنم که داشتن یک مدرک کارشناسی ارشد، تاثیر زیادی بر روی چشم اندازه ای شغلی من داشته باشد. برای مثال، من فکر می کنم که در صنعت بهداشت، یک مزیت فرهنگی بیشتر از یک مزیت عملی یا منطقی برای تحصیلات تکمیلی ارزشمند است."

متن مصاحبه کامل با ایریت ویلیام را می توانید در "ضمیمه A: راهنمای شرکت در جلسات مصاحبه" بررسی کنید.

معایب

- **هزینه تحصیلات دانشگاهی بسیار بالا است:** در حالی که تعدادی از کشورها (اغلب در اروپا) شهریه دانشگاهی رایگان ارائه می‌کنند، در بیشتر کشورها با یک هزینه مالی جدی مواجه می‌شوید تا بتوانید مدرک دانشگاهی خود را کسب کنید.
- **برای یک مدرک دانشگاهی باید زمان زیادی را هزینه کنید:** من مهندسی را در دانشگاه مطالعه کرده‌ام و خاطرات سال‌هایی که مشغول به تحصیل بوده‌ام را دوست داشتم. با این حال، حالا که مشغول به کار هستم، باید هزینه‌های زندگی‌ام را پرداخت کنم و زمانی را در کنار خانواده‌ام باشم، و در این حالت هیچ راهی وجود ندارد که زمانی آزاد داشته باشم و برای بدست آوردن یک مدرک جدید به دانشگاه بروم.
- **درس‌های دانشگاه بیشتر تئوری و کمتر عملی و کاربردی هستند:** نظریه پردازی مهم است، اما به نظر من، بهترین راه یادگیری UX این است که آن را انجام بدهید. برخی از برنامه‌های دانشگاهی ممکن است شامل بررسی اطلاعات صنعت و بازار کار باشند، اما اکثر دوره‌هایی که من از آن‌ها آگاه هستم، شامل اطلاعات ناکافی برای آماده‌سازی فارغ‌التحصیلان برای بازار کار واقعی است. البته موسسه آموزشی unicorn^{۱۰} که به تازگی تاسیس شده است، احتمالاً یک استثنا در این قانون محسوب می‌شود. در این موسسه اگر سخت‌کوش باشید، ممکن است افراد خبره‌ای را پیدا کنید، اما تعدادشان محدود است.
- **برنامه درسی شما کمی قدیمی است:** همانند هر حوزه‌ای که شامل فناوری، اصول، تکنیک‌ها و فرایندهای تدریس در دانشگاه است، دانشگاه چندین سال پس از چیزی که در صنعت اتفاق می‌افتد، به روز می‌شود.

^{۱۰} www.unicorninstitute.com

- **دانشگاه ها در مناطق جغرافیایی مختلفی قرار دارند:** اگر موسسات دانشگاهی و آموزشی که در نزدیکی محل زندگی شما قرار دارند، هیچ چیز رضایت بخشی را ارائه نکنند، تنها انتخاب شما تغییر مکان تحصیل است، که این گزینه برای همه امکان پذیر نیست.

دوره های حرفه ای

آموزشگاه هایی که دوره های حرفه ای را تدریس می کنند، معمولا دوره هایی بین ۸ تا ۱۲ هفته برگزار می کنند که برنامه های فشرده ای برای تدریس دارند. بسیاری از آموزشگاه های خصوصی بر کدنویسی متمرکز هستند و با دادن وعده های بالایی مانند یادگیری نحوه برنامه نویسی برنامه های iOS در ۸ هفته و رسیدن به یک شغل با پایه درآمدی ۱۰۰ هزار دلار در ماه و به صورت تضمین شده، مشغول هستند! که البته چیز غیر معمولی نیست.

با این حال، تعدادی از این آموزشگاه ها وجود دارند که آموزش کیفی قابل قبولی را ارائه می دهند و گزینه ای مناسبی برای یادگیری راه اندازی شغل در طراحی UX هستند. یکی از این مدارس " General Assembly" است که اعتباری جهانی دارد.

دیدگاه مربی: کارن کالجان، از General Assembly

" به عنوان یک مربی که خود به دنبال یادگیری نیز هست، ارزش افزوده ای که من به محتوا درس های یک دوره آموزشی اضافه میکنم، مجموعه ای از تجربیات و وضعیت فعلی بازار است. دانش جویان اغلب به شنیدن برخی از درس هایی که در طول سال ها یاد گرفته ام، می خندند. من فکر می کنم که این مثال های دنیای واقعی یک مزیت واقعی برای آموزش هستند. "

^{۱۱} www.generalassemb.ly

متن کامل مصاحبه با کارن کالجان را می‌توانید در "ضمیمه A: راهنمای شرکت در جلسات مصاحبه" بررسی کنید.

مزایا

- **تجربه پروژه‌های دنیای واقعی:** بیشتر آموزشگاه‌های حرفه‌ای، این موضوع را درک می‌کنند که بهترین راه برای یادگیری طراحی UX این است که این کار را به صورت عملی انجام بدهید. بر همین اساس، بسیاری از برنامه‌های درسی در اطراف کار یک پروژه طراحی شده‌اند و دانش جویان در تیم‌های موازی فعالیت می‌کنند تا پروژه کامل شود.
- **محتوای آموزشی مبتنی بر صنعت:** بیشتر آموزشگاه منابع خود را از صنعت تامین می‌کنند، نه از دانشگاهیان. یادگیری از افرادی که در پروژه‌های بزرگ با مشتریان واقعی مشغول به کار بوده‌اند می‌تواند به نوعی بینش‌هایی که اغلب در برنامه‌های عالی وجود دارند را به شما انتقال بدهد. هر آموزشگاه حرفه‌ای مربیانی را با این نوع تجربه استخدام نمی‌کند، اما قطعاً این درست است که برنامه درسی این آموزشگاه‌ها بیشتر از آنچه در دانشگاه خود پیدا می‌کنید، عملی‌تر باشد.
- **محتوای به روز:** آموزشگاه‌ها بیش از حد بر صنعت تمرکز دارند، از این موضوع می‌توان نتیجه گرفت که یک برنامه درسی حرفه‌ای به احتمال زیاد به فرایندها، تکنیک‌ها و فلسفه بیش از آن چیزی که در دانشگاه‌ها تدریس می‌شوند اهمیت می‌دهد. همیشه استثناءهایی وجود دارد، اما در کل، این موضوع درست است.
- **فرصت‌های شبکه‌سازی:** یکی از معیارهای سنجش موفقیت یا عدم موفقیت یک آموزشگاه حرفه‌ای، میزان کاریابی و اشتغالزایی آن است. اگر هر دانشجو در طی چند ماه پس از فارغ التحصیلی به کار تمام وقت خود دست پیدا کند، نرخ کاریابی ۱۰۰٪ است. این کاریابی‌ها به دلیل ارتباط با صنعت اتفاق می‌افتد و به عنوان یک فارغ التحصیل آموزشگاه حرفه‌ای، شما

می توانید از دیدار با کارفرمایان و مربیان بالقوه از طریق این برنامه بهره مند شوید. به غیر از آن شما می توانید شبکه ای از همکلاسی های خود را تشکیل دهید.

معایب

- **هزینه بالای ثبت نام:** ثبت نام در یک برنامه فشرده این سبک آموزشگاه ها می تواند از ۸۰۰۰ دلار تا ۱۷,۰۰۰ دلار هزینه داشته باشد. در حالی که اکثر دوره های آنلاین ارزان تر هستند، این انتخاب هنوز هم یک سرمایه گذاری جدی است، و البته همه افراد در موقعیتی نیستند که قادر به ثبت نام در این دوره ها باشند.
- **تعهد زمانی متوسط:** در حالی که ۸-۱۲ هفته تعهد تمام وقت بسیار کمتر از ثبت نام در دانشگاه ها است، اما همه افراد نمی توانند سه ماه کار خود را ترک کنند و فقط بدلیل اینکه آنها در مورد طراحی تجربه کاربر کنجکاو هستند!
- **استادانی که خود نیز در حال یادگیری هستند:** یک انتقاد رایج از آموزشگاه های حرفه ای این است که استادان، در حالی که در پروژه ها با دانشجویان همکاری دارند و خودشان هم در حال یادگیری هستند و لزوماً معلمان موثری نیستند. البته نباید بگوییم که تمام استادانی که در سال های تحصیل من در دانشگاه حضور داشتند، معلمانی استثنایی بودند، ولی باید نسبت به آموزشگاه هایی که ممکن است در زمینه های مختلف صنعتی که هیچ تجربه ای در تدریس ندارند فعالیت میکنند، محتاط باشید.
- **جغرافیای خاص:** مانند دانشگاه های مطرح و بزرگ، آموزشگاه های حرفه ای مانند General Assembly در شهرهای بزرگ راه اندازی شده اند، اما شهرهای زیادی وجود دارد که در آن شعبه ای ندارند.



تمام آموزشگاه ها دارای یک سطح کیفی برابر نیستند

طیف گسترده‌ای از تجارب مربوط به آموزشگاه های زرد وجود داشته‌است که موجب مباحثات بسیاری در این اواخر شده‌است. ما این موضوع را در این مقاله نقد و بررسی کرده ایم:

"در ۸ هفته به یک توسعه دهنده iOS تبدیل شوید: حقایقی که در مورد آموزشگاه های زرد وجود دارد."

دوره‌های آنلاین

بی تردید جهشی که اخیرا در یادگیری آنلاین رخ داده‌است، یک اتفاق عالی است و رشد آن هیچ نشانه‌ای از کاهش را نشان نمی‌دهد. اگر اولویت شما برای یادگیری کیفیت بالا و محیط یادگیری سازماندهی شده باشد، اما تدارکات سفر به شهری دیگر برای شرکت در یک کلاس، یادگیری را برایتان مشکل می‌کند و شما ترجیح می‌دهید که به سرعت یادگیری را آغاز کنید تا اینکه منتظر بهتر شدن شرایط بمانید، پس پلت فرم های آموزش آنلاینی مانند lynda، learnable، coursera و udemy همگی گزینه‌های خوبی هستند.

در حالی که اکثر دروس شامل یک سری سخنرانی‌های ویدیویی هستند، اما بیشتر پلت فرم های آموزش آنلاین دارای آزمون ها، جلسات زنده، وبینارها، برنامه های چت، محتوای خلاصه و قابل دانلود و چیزهای دیگر می‌باشند.



راهنمایی جامع برای کاربرد پذیری

دوره آنلاینی که ما معمولاً به افراد تازه وارد توصیه می‌کنیم "[تجربه کاربری: یک راهنمای جامع برای کاربرد پذیری](#)" است، که توسط دیوید تراویس آموزش داده می‌شود. او یک شرکت مشاوره و آموزشگاه UX را در لندن اداره می‌کند. ما این دوره آموزشی را دوست داریم زیرا این دوره تا به امروز جامع، پر از طنز و مطالعات موردی بوده است و توانسته همه چیز را برای مخاطب جالب ارائه بدهد. بررسی کامل این دوره را در [uxmastery](#) مطالعه کنید.

مزایا

- **هزینه پایین :** در حالی که یک دسته از دوره‌های آنلاین رایگان هستند، یک دوره آموزشی معمولی آنلاین بین حدود ۵۰ تا ۲۰۰ دلار هزینه دارد که در مقایسه با آموزش حضوری، هزینه قابل قبولی است.
- **راحتی برای زمان یادگیری :** اگر شما در حال حاضر تمام وقت کار می‌کنید و یا تعهداتی دارید که از شرکت در سخنرانی‌ها یا کارگاه‌های آموزشی تان جلوگیری می‌کند، یک دوره آنلاین تنها گزینه شما خواهد بود. شما می‌توانید در یک بازه زمانی که برای شما مناسب است، بعد از شام یا در طول ساعات اولیه صبح زمانی که دچار بیخوابی می‌شوید، آموزش و یادگیری خود را انجام دهید.
- **راحتی برای مکان یادگیری:** نکته مثبت دیگر یادگیری یک دوره آنلاین این است که شما می‌توانید آن را از هر جایی، و زمانی که یک کامپیوتر، تبلت، یا گوشی هوشمند در اختیار دارید، انجام بدهید. من برخی از دوره‌های آموزشی را در قطار مطالعه کرده‌ام آن هم زمانی که در قطار در حال حرکت به سمت محل کارم بودم، و یا در حالی که روی یک صندلی راحتی در ساحل لم داده بودم. من به سخنرانی‌های صوتی گوش کرده‌ام، در حالی که سوار بر موتورسیکلت شخصی ام در جنگل در حال گردش بودم و یا زمانی را به یاد می‌آورم که در باشگاه وزنه می‌زدم و باز هم به پادکست‌ها گوش میدادم. در یادگیری آنلاین، واقعاً نیازی نیست مناطقی را که به یک کلاس درس می‌روید محدود کنید. همانطور که می‌بینید کلاس درس می‌تواند هرجایی باشد!
- **دسترسی نامحدود:** بیشتر دوره‌های آنلاین به طور نامحدود فایل خود را در اختیار شما قرار می‌دهند. این به آن معنی است که شما همیشه می‌توانید برای یادآوری آموزش‌ها در یک، دو، حتی پنج سال آینده هم به آموزش‌ها مراجعه کنید.

معایب

- **هیچ تعاملی وجود ندارد:** گاهی اوقات یک دوره آنلاین شما را به پیدا کردن چندین دوست برای ثبت نام در مسیر یادگیری با یکدیگر تشویق می کند، به طوری که شما بتوانید به طور منظم برای جلسات درس و یا کار بر روی پروژه آنها را ملاقات کنید. با این حال، اکثر دوره های آنلاین فرض می کنند که شما خودتان به تنهایی دوره را انجام می دهید. اگر شما از نوع افراد برون گرا هستید که از بودن در اطراف دیگران لذت می برند، ممکن است آموزش از طریق یک مسیر آنلاین برای شما دشوار باشد.
- **انگیزه کمتر برای یادگیری:** در حالی که برخی از دوره های آنلاین دارای تاریخ شروع و پایان صریح هستند، اکثر آنها به شما اجازه می دهند با سرعت یادگیری خودتان را شروع کنید. این امر می تواند برای شما ایده آل باشد، اگر پرمشغله هستید و یا کار و زندگی خانوادگی برای شما یکنواخت شده است، دوره های زمانبندی شده گزینه خوبی برای شما است. با این حال، برای برخی از دانشجویان شرکت در یک دوره آنلاین امکان دارد مفید نباشد. اگر شما در مورد ثبت نام و تکمیل یک دوره آنلاین جدی هستید، باید بر روی آن نظارت داشته باشید و از جمله برای انجام آموزش خود از زمان بندی استفاده کنید.
- **پاسخ دادن به سوالات شما دشوار است:** در حالی که برخی پلت فرم ها شامل ابزاری برای پرسش و پاسخ هستند، برخی دیگر صرفاً از یک سری سخنرانی های ویدیویی، با فرصت کمی برای پرسیدن سوالات از مربی یا بقیه افراد حاضر در کلاس تشکیل شده اند. حتی در دوره هایی که یک جامعه آموزشی در اختیار این دوره های آنلاین قرار دارد، به مربی و اندازه کلاس درس بستگی دارد که آیا بتواند به سوالات شما پاسخ قانع کننده ای بدهد یا خیر.



گروه های آموزشی

اگر شما تصمیم گرفته اید که در یک دوره آنلاین ثبت نام کنید، چرا این دوره را به یکی از دوستانتان پیشنهاد نکنید و از او دعوت کنید که در این دوره شرکت کند؟ داشتن یک همراه برای رسیدگی به مطالب، پاسخ دادن به سوالات بی پاسخ، و در تعامل بودن با هر مسئول پاسخگو ممکن است دقیقا همان چیزی باشد که شما نیاز دارید تا موفقیت های خود را به اشتراک بگذارید.

کنفرانس ها و کارگاه های آموزشی

در هر زمان که یک مفهوم جدید خلق می شود، شما شاهد برگزاری کنفرانس هایی خواهید بود که در اطراف این " مفهوم جدید " تشکیل می شوند. UX در حال حاضر همان " مفهوم جدید " است، به این معنی که، خوشبختانه برای شما، تعداد زیادی از کنفرانس های منظم و بزرگ در سراسر جهان برگزار می شود. یک کنفرانس دو روزه معمولی، معمولا شامل برخی کارگاه های آموزشی تمام وقت و عملی است که با یک مربی و در یک کلاس درس برگزار می شود.

UX استرالیا، UX لندن، UX هفته، UX زلاند، UX لیسبون، سری کنفرانس ال ... این لیست همچنان ادامه دارد. علاوه بر این کنفرانس های UX خاص، بسیاری از کنفرانس های وب و یا تلفن همراه ممکن است یک جریان طراحی یا UX داشته باشند. اطمینان حاصل کنید که برای به روز بودن همیشه به لیست رویدادهای UX شهر خودتان نگاهی بیندازید.

مزایا

- **ملاقات با متفکران سطح بالا:** شما می توانید در بعضی از کنفرانس های ذکر شده در بالا، با ذهن های درخشان و نویسندگان الهام بخش ترین کتاب ها ملاقات و آنها را جذب کنید. شما حتی می توانید از این فرصت استفاده کنید تا با این ستاره های ارزشمند دنیای UX قاطی شوید. اگر این کار را بکنید، به زودی متوجه خواهید شد که آنها هم افرادی عادی هستند - حتی ممکن است آنها هم مثل شما هیجان زده باشند.
- **فرصت های شبکه سازی:** کنفرانس ها چیزی فراتر از سخنرانی های اصلی سخنرانان هستند، فرصت های اولیه برای دیدار با کارفرمایان آینده، کارکنان، شرکا، مشتریان و دوستان شما. ما در مورد چگونگی شبکه سازی همانند یک حرفه ای، در فصل بعد بیشتر صحبت خواهیم کرد.
- **قاب زمانی فشرده:** شگفت انگیز است که شما می توانید در یک کنفرانس یک روزه یا دو روزه، خودتان به تنهایی حجم زیادی از اطلاعات را بدست بیاورید. دور شدن چند روز از برنامه روتینی که دارید، برای دریافت آخرین اطلاعات و بدون گذراندن یک دوره مطالعاتی طولانی و معمولی، بسیار عالی است.
- **افزایش شور و اشتیاق:** من از بعضی از کنفرانس ها در حالی بیرون آمدم که با ایده ها، و شور و هیجان تازه ای برای ساخت کارهای جدیدم لبریز شده بودم! اهمیت این شور و شوق را برای بهره وری کارهای خودتان جدی بگیرید.
- **راهنمایی تحصیلی:** بسیاری از کنفرانس ها قبل از کنفرانس اصلی خود یا بعد از آن، کارگاه های روزانه ای را برگزار می کنند. این کارگاه ها طیف وسیعی از موضوعات را پوشش می دهند و فرصتی منحصر به فرد برای یادگیری مهارت های جدید تحت هدایت یک متخصص هستند.

معایب

- **هزینه بالا:** اگر نمی‌توانید کارفرمای خود را متقاعد کنید که هزینه حضور شما در یک کنفرانس بزرگ را پرداخت کند، پرداخت توسط شخص شما می‌تواند یک عامل بازدارنده باشد. اگر هزینه و ارزش محتوا هر ساعت از یک کنفرانس را بررسی کنید متوجه خواهید شد که ارزشش را دارد (البته نه همه کنفرانس‌ها). اگر می‌دانستید که شرکت در یک کنفرانس خاص، الهام بخش شما خواهد بود، به شما کمک می‌کند تا برخی ارتباطات ارزشمند را ایجاد کنید، و چشمان خود را به یک توسعه و پیشرفت جدید در حوزه کاری خود باز کنید، آنگاه قیمت بلیط برای شما ممکن است نسبتاً ارزان باشد!
- **کنفرانس‌ها به لحاظ جغرافیایی محدود شده‌اند:** شرکت در کنفرانسی که در آن سوی کشور و یا کشوری دیگر قرار دارد، بسیار دشوار، گران و حتی غیرممکن است. با این حال بسیاری از کنفرانس‌ها، صوت و یا ویدئویی از جلسات خود را ثبت می‌کنند و برخی حتی آن‌ها را بصورت آنلاین منتشر می‌کنند. تعداد کمی از کنفرانس‌های آنلاین وجود دارند که ممکن است ارزش بررسی کردن را داشته باشند، مانند UX-Web-Summit ، UX-Movement و یا Rosenfeld-Media-Summit.
- **محتوا کنفرانس‌ها بسیار عمیق هستند:** در حالی که یک کنفرانس برای الهام گرفتن و ارتباط با همسالانتان عالی است، در طول یک یا دو روزی که این کنفرانس اجرا می‌شود، برای شما کمی دشوار است که با مفاهیم عمیقی که ارائه میشوند ارتباط برقرار کنید. شما مجبورید جستجو‌ها و وقت بسیاری را صرف کرده تا مفاهیم ارائه شده را درک کنید.

خودآموزی

من خودم این روش را انتخاب می کنم، البته برخی از افراد فقط از یک روش استفاده نمی کنند. شاید شما در مورد UX کنجکاو هستید، و ترجیح می دهید چند کتاب بخوانید آن هم قبل از اینکه روش دیگری را بررسی کنید، آیا این طور نیست؟ در حالی که من هنوز توصیه می کنم که یک دوره ساختار یافته - آنلاین یا حضوری - بهترین راه برای بدست آوردن یک دیدگاه بزرگ برای راه اندازی شغل تان است، انتخاب و مطالعه یک کتاب نیز می تواند نقطه شروع خوبی برای شما باشد.

به جای تهیه فهرستی از لیست علاقه مندی های شخصی خودمان، ما در هنگام نوشتن این کتاب از ۱۰ کارشناس UX در مورد کتاب های مورد علاقه خودشان که روزانه مطالعه می کنند پرسیدیم و انتخاب های مورد علاقه آنها را در اینجا قرار دادیم:

- [The Elements of User Experience Design](#) (Jesse James Garrett)
- [The Design of Everyday Things](#) (Donald Norman)
- [Don't Make Me Think](#) (Steve Krug)
- [Designing for Interaction](#) (Dan Saffer)
- [The Inmates Are Running the Asylum: Why High Tech Products Drive Us Crazy and How to Restore the Sanity](#) (Alan Cooper)
- [Observing the User Experience: A Practitioner's Guide to User Research](#) (Elizabeth Goodman, Mike Kuniavsky, Andrea Mood)
- [Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers, and Changemakers](#) (Dave Gray, Sunni Brown, James Macanufo)
- [Simple and Usable: Web, Mobile, and Interaction Design](#) (Giles Colborne)

- [Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting Usability Metrics](#) (William Albert ,Thomas Tullis)



یک لیست پیشنهادی از کتاب های عالی

لیست پیشنهادی ما در UXMastery شامل کتاب های خوبی است که توسط گروهی از متخصصین دسته بندی می شوند. ما به طور مداوم این لیست را با عناوین جدید به روز رسانی می کنیم.

<http://uxmastery.com/resources/books>

(همچنین برای لیست کتاب های فارسی تجربه کاربری می توانید به وب سایت uxbook.org مراجعه کنید.)

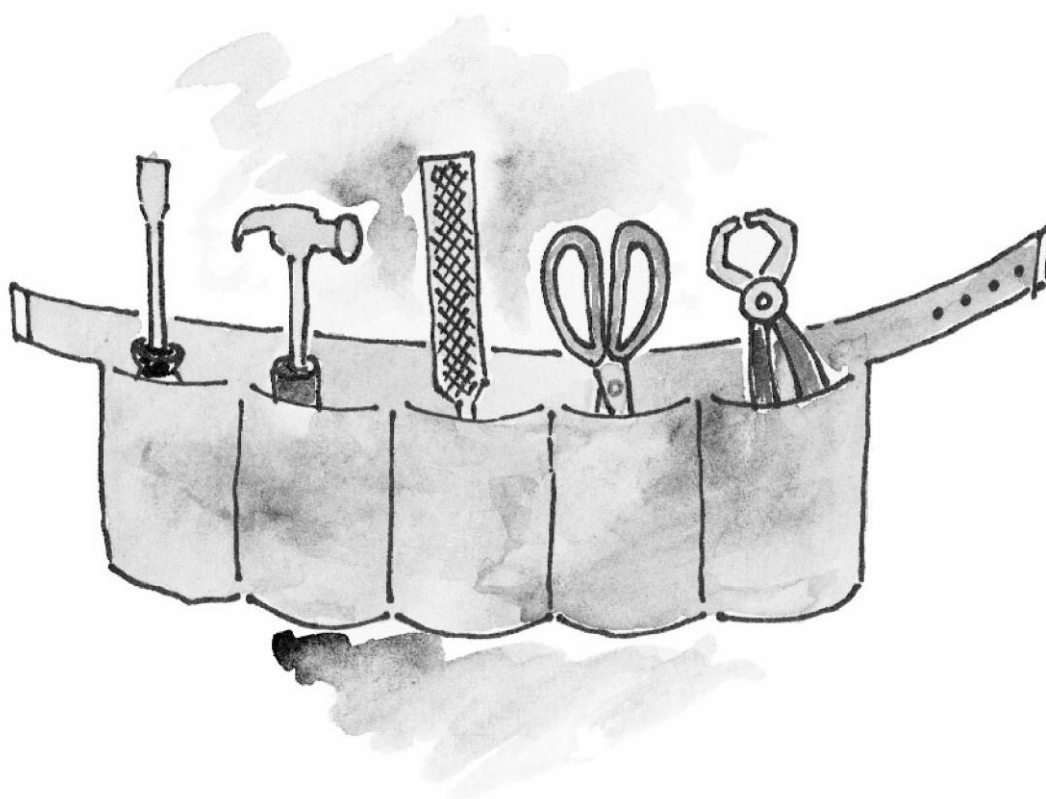
چه بخواهید به صورت فردی، گروهی، به صورت آنلاین، طبقه بندی شده و یا به صورت فشرده و یا سریع آموزش ببینید، این دانش زمانی مفید خواهد بود که شما آن را در یک پروژه واقعی اعمال کنید. به راحتی می توانید این مهارت را یاد بگیرید، این که چطور برخی از تجربیات خود را در پروژه های عملی مورد استفاده قرار بدهید، موضوع فصل بعدی است.

سوال هایی که باید از خودتان بپرسید :

۱. آیا شما فردی سخت کوش و با پشت کار هستید؟ آیا در گذشته در دوره های آنلاین ثبت نام کرده اید؟ اگر این طور است، آیا دوره ها را تا پایان دنبال کردید؟ چرا بله و یا چرا نه؟ آیا شما احتمالا به یک درس آنلاین اصرار دارید و فقط همان را دنبال می کنید؟ یا آیا شما به محرک های خارجی دیگری مانند یک مربی شخصی نیاز دارید؟
۲. چقدر می توانید هزینه کنید؟ آموزش اغلب یک سرمایه گذاری خوب است، اما اگر پول نقد برای این سرمایه گذاری نداشته باشید، لازم است که گزینه های ارزان تری را بررسی کرده و به همان میزان از آنها استفاده کنید.
۳. شما برای یادگیری و آموزش دیدن چقدر زمان دارید؟ بعضی چیزها و توضیحات اضافی به شما کمک می کنند تا در مورد یادگیریتان بهتر فکر کنید.
۴. از چه افراد دیگری می توانید یاد بگیرید؟ در بخش های بعدی درباره ارزش شبکه سازی و پیدا کردن مربیانی که می توانند به یادگیری شما کمک کنند، بحث خواهیم کرد. زمانی که مسیر یادگیریتان با راهنمایی دیگران تکمیل شود، آموزش شما بدون توجه به قالبی که در مورد آن تصمیم می گیرید، با اطلاعات جدید ترکیب خواهد شد.

خلاصه فصل ۱ : یادگیری تجربه کاربری را آغاز کنید.

- انتخاب مسیر صحیح برای یادگیری، تصمیمی است که به طور منحصر به فرد به شما، هزینه، در دسترس بودن منابع، زمان آزاد و سبک‌های یادگیری بستگی دارد.
- کنفرانس‌ها راه خوبی برای یادگیری عمیق مطالب، الهام گرفتن، و همچنین ملاقات با افراد جدید در حوزه کاری شما هستند.
- اگر شما در یک دوره آنلاین ثبت نام می کنید، پیدا کردن یک شریک برای مطالعه و همفکری را در نظر بگیرید، تا انگیزه بیشتری پیدا کنید و به سوالات یکدیگر پاسخ دهید.



فصل ۲: ابزار مناسبی برای خود انتخاب کنید.

انتخاب ابزارهای خوب برای مسلط شدن به عنوان یک طراح تجربه کاربری حیاتی هستند. اما مفهوم این ابزارها خیلی بیشتر از یک نرم افزار طراحی وایرفریم^۱ است! در حالی که قطعاً ممکن است تنها با استفاده از یک قلم و کاغذ، وب سایت و یا اپلیکیشنی با کاربرپذیری خوب، مفید و لذت بخش برای مشتری طراحی کنید، با بهره گیری از ابزارهای مناسب می توانید این روند را آسان تر، راحت تر، سریعتر و با مشارکت (پروژه های تیمی) بیشتری انجام بدهید.

^۱ wireframing

در این فصل ما به بررسی این موارد خواهیم پرداخت:

- وظایف اصلی در طراحی تجربه کاربری
- چگونه ابزار مناسبی را انتخاب کنید
- ابزارهای پیشنهادی

وظایف اصلی در طراحی تجربه کاربری

پیش از این که به سراغ پیشنهاد هر ابزار دیگری برویم، بیایید به کارهای کلیدی که تقریباً همه ما آن را انجام می‌دهیم نگاهی بیندازیم:

- **ثبت** فرآیندها و تفکرات کاربران.
- **تحقیق و بررسی** داده‌های بدست آمده.
- **طراحی و ساخت** وایرفریم‌ها و نمونه‌های تعاملی.
- **ضبط گزارشات** از بازخوردهای کاربران. (به عنوان مثال از طریق جلسات تست کاربرپذیری)
- **برقراری ارتباط** بین یافته‌های بدست آمده با تیم توسعه محصول.

این احتمال وجود دارد که تقریباً تمام این کارها را با مداد و کاغذ انجام دهید. با این حال، ابزارهای مناسب روند طراحی را تسریع خواهند کرد و در عین حال برای شما نیز آسان‌تر خواهد بود که بتوانید در طول مسیر تغییراتی را ایجاد کنید.

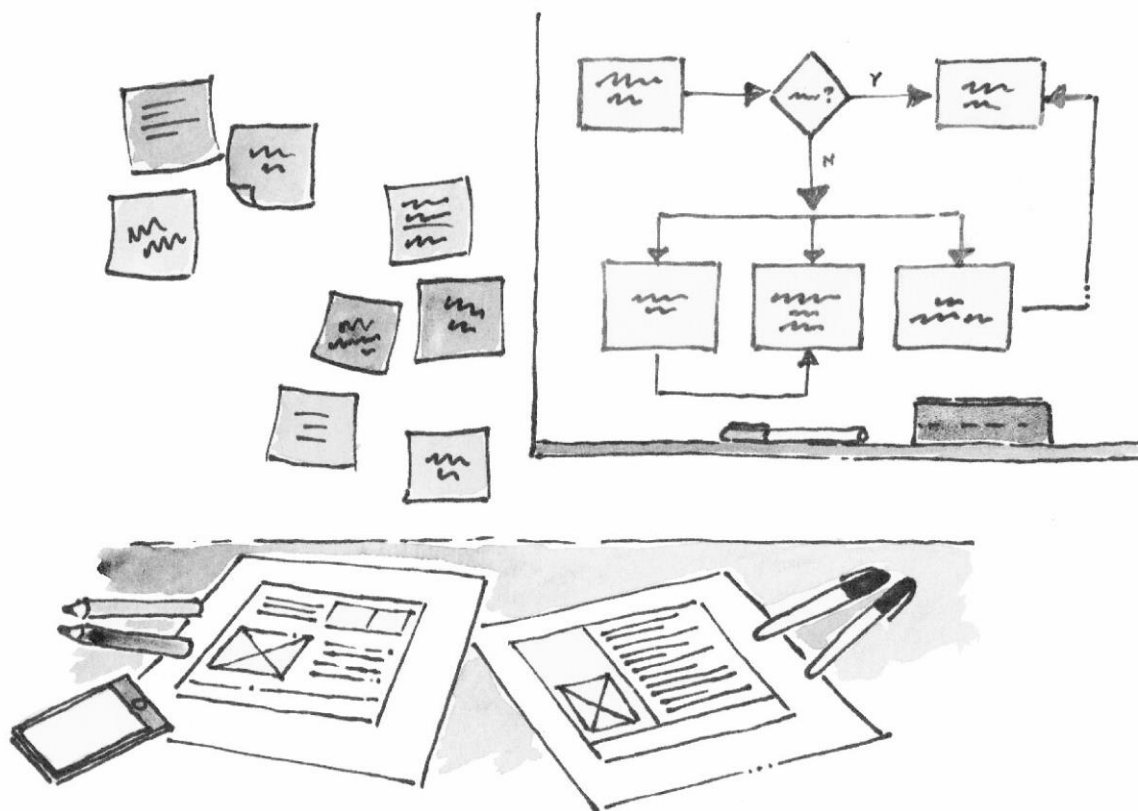
جذابیت اصلی مداد و کاغذ، انعطاف‌پذیری شما در زمان طراحی است - شما با ویژگی‌های هیچ نرم‌افزار خاصی محدود نمی‌شوید؛ شما حتی نیازی به ماندن و طراحی کردن در یک چارچوب را ندارید! البته، واقعاً انتخاب یک بسته نرم‌افزاری که بتواند این انعطاف‌پذیری را به صورت کامل ارائه کند، کار آسانی نیست.

بدون انکار باید بگوییم که وظیفه ایجاد وایرفریم ها و نمونه های اولیه^۲ یک بخش بسیار مهم از طراحی تجربه کاربری است، بنابراین شما دقیقا به یک ابزار برای ساخت این دو مورد نیاز دارید. با این حال، افراد تازه وارد به UX اغلب مشغول به استفاده از این نرم افزار ها می شوند و فعالیت های دیگری که در بالا ذکر شد را فراموش می کنند.

شما به چیزی بیش از یک ابزار طراحی وایرفریم نیاز دارید!

لازم به ذکر است که بهترین ابزارها برای یک طراحی همواره نرم افزارهای دیجیتالی نیستند. زمانی که من برای اولین بار شروع به استفاده از مداد و کاغذ برای طراحی کردم خیلی زیاد با این کار مخالف بودم. بخشی از ملاحظات من آنها را رعایت میکنم برآمده از میل من برای حفاظت از محیط زیست است. موضوع خیلی ساده است، استفاده کمتر از لوازم التحریر، قطع شدن کمتر درختان! و البته من قطعا به نظر شما احترام می گذارم که شاید فکر کنید کار من بیهوده است. با این حال، شما نیز نباید نگران بوده و یا استرس داشته باشید، تا بتوانید کار خود را به طور موثر انجام دهید. اگر موثرترین تکنیک برای جمع آوری یک مجموعه عظیم از نظرات متفاوت در یک جلسه دریافت بازخورد از کاربران، نوشتن هر اظهار نظر در یک کاغذ A۳ بزرگ باشد که بعد بتوانید آن را بر روی یک دیوار نصب کنید، پس من به شما می گویم آن کاری است که شما باید آن را انجام دهید. پس یادداشت ها، متن های انتخابی، متن های هایلایت شده با ماژیک، و عکس های چاپ شده بر روی صفحات پوستر را بر روی دیوار و در نقاط استراتژیک اطراف دفتر نصب کنید ... غالبا هیچ جایگزین دیجیتالی موثری برای این ابزارها وجود ندارد.

^۲ wireframes, prototypes



گام اول فرایند، و گام دوم استفاده از ابزار ها

در یک زمان مشخص (برای مثال شروع پروژه) و یا هر زمان دیگر، هر طراح UX ممکن است به اشتباه با استفاده از یک ابزار دیجیتالی خاص و بدون اینکه بداند با آن ابزار چه کاری می توان انجام بدهد، پروژه ای را آغاز کند. هیجان یادگیری برای استفاده از ابزاری جدید و مطرح و برای انگیزه گرفتن بسیار عالی است، اما چنین رویکردی می تواند مشکل ساز باشد. ابزار محور بودن، قابلیت هدر دادن زمان را دارد، شما را از وظایف خود منحرف کرده، و فرایند طراحی را با تعریف یک گردش کار در اطراف نحوه کار با ابزار به خطر می اندازد.

"کامپیوترها ابزارهای عالی برای تحقق رویاهای ما هستند، اما هیچ ماشینی نمی‌تواند نیروی انسانی،

شفقت، عشق و درک را جایگزین کند."

لوئیس گریسنر^۳

بهترین رویکرد این است که مجموعه مناسبی از تکنیک‌هایی را انتخاب کنید که براساس بودجه، چارچوب‌های زمانی، در دسترس بودن کاربران، سهامداران و داده‌های مورد تجزیه و تحلیل‌گزينش بشوند، و نه اینکه اجازه دهید یک ابزار خاص رویکرد شما را تعیین کند. یادگیری تکنیک‌هایی که در شرایط مختلف پروژه استفاده می‌شوند، یک مهارت است که باید آن را تجربه کنید.



کدام یک از تکنیک‌ها را در چه زمانی باید به کار ببرید؟

جسوند آلن و جیمز چادلی در یک مقاله فوق‌العاده در وب‌سایت smashingmagazine یک برنامه‌ریزی موثر برای پروژه‌های UX، شامل یک مثال خوب از این که چگونه تکنیک‌های مختلف را می‌توان براساس زمان و بودجه موجود انتخاب کرد، ارائه کرده‌اند:

<https://www.ceros.com/originals/effectively-planning-ux-design-projects/>

^۳ Louis Gerstner

چگونه ابزار مناسبی را انتخاب کنید

تعدادی از عواملی که هنگام انتخاب یک بسته نرم افزاری مورد توجه قرار می گیرند، شامل موارد زیر است:

۱. آیا این نرم افزار برای سیستم عامل شما موجود است؟
۲. آیا کارفرمای شما هزینه خرید نرم افزار را پرداخت می کند؟
۳. آیا یک همکار که شما به او اعتماد دارید این ابزار را توصیه کرده است؟ (یا معرفی از طریق یک منبع حرفه ای)
۴. برای اینکه شما یک کار را کامل کنید، به چه میزان زمان و تلاش نیاز دارید؟
۵. آیا این ابزار از جریان کار تیمی و دسترسی از راه دور پشتیبانی می کند یا خیر؟
۶. منحنی یادگیری این نرم افزار چقدر بزرگ است؟
۷. آیا این ابزار توانایی این را دارد که به سلیفه شما شخصی سازی بشود؟
۸. آیا توانایی این نرم افزار در خروجی گرفتن از داده ها، به شما کمک می کند تا در پروژه دیگری از آن استفاده کنید؟

تمامی این عوامل را در هنگام ارزیابی یک بسته نرم افزاری جدید در نظر بگیرید. در پایان بررسی ها، مهم است که انتخاب کنید که انجام چه کاری برای شما مناسب است. مراقب باشید که در دام استفاده از یک ابزار خاص که زیاد تبلیغات می کند گرفتار نشوید. هر طراح تجربه کاربری منحصر به فرد است، مانند همه تیم ها، و همه پروژه ها.



از میز کار خود دور شوید

طراحی تجربه کاربری بیشتر در مورد کارکردن با افراد است تا کار کردن بر روی صفحه نمایش کامپیوتر.

ابزارهای پیشنهادی

همانطور که دیدیم، انتخاب ابزار می‌تواند بسیار شخصی باشد. با این حال، من اغلب از طراحان این سوال را دریافت می‌کنم: "فقط به من بگویید که باید چه کار کنم! و چه ابزاری را انتخاب کنم؟" با توجه به این نکته که دنیای بی نظیری از ابزارهای جایگزین برای انتخاب شما وجود دارد، من یک فهرست قطعی از ابزارهای نرم افزار و آنالوگ تجربه کاربری را در اختیار شما قرار می‌دهم تا بتوانید خودتان را برای شروع آماده کنید. من آنها را بر اساس وظایفی که برای آنها مفید بوده دسته بندی کرده ام.

ابزارهای نرم افزاری

ابزار	کاربرد
نرم افزار balsamiq mockups : یک ابزار متوسط برای طراحی وایرفریم است که در هر دو پلتفرم ویندوز و MAC اجرا می شود. یک مجوز تک کاربره ۷۹ دلار هزینه دارد و استفاده از آن بسیار آسان است. ویژگی ایجاد خروجی های قابل کلیک به صورت pdf این نرم افزار، به عنوان یک روش بسیار قدرتمند برای ایجاد نمونه های اولیه تعاملی به من کمک می کند تا طراحی های خود را انجام بدهم و خروجی را به راحتی برای سهامداران و دیگر اعضای تیم ایمیل کنم. نرم افزار axure یک جانشین با ویژگی های زیاد است که به سرعت در حال تبدیل شدن به استاندارد در صنعت طراحی است، اگر چه ویژگی های اضافی آن برای مبتدیان ممکن است کمی ترسناک باشد.	ساخت وایرفریم ها با سطح گرافیکی متوسط و نمونه های اولیه تعاملی
نرم افزار های تصویر برداری از صفحه نمایش: این یک جز از قلم افتاده جادویی است که می تواند لپ تاپ کوچک شما را به یک آزمایشگاه تست کاربردپذیری قابل حمل تبدیل کند. برنامه محبوب من برای تست کاربردپذیری Silverback ۳ است. این یک ابزار بسیار ساده است که ۷۰ دلار هزینه دارد، اما خوب جواب می دهد و استفاده از آن آسان است. اما متأسفانه، تنها برای MAC موجود است. کاربران ویندوز نباید نگران باشند چونکه - camtasia نیز گزینه خوبی است. هزینه این ابزار کمی بالا است، اما این به این دلیل است که این نرم افزار بیش از یک ضبط صفحه نمایش کارایی دارد- شما می توانید از آن برای ایجاد و ویرایش یک ویدئو با ظاهری حرفه ای استفاده کنید.	ضبط جلسات کاربرد پذیری

ایجاد نمودار گردش کار، نقشه سایت و دیگر نقشه های بصری	نرم افزار های رسم نمودار: omnigraffle ابزار انتخابی من است برای وقتی است که باید نمودار طراحی کنم (متاسفانه فقط برای mac موجود است). مایکروسافت visio ، یکی از بسته های نرم افزاری Office، یک ابزار مناسب برای رسم نمودار است؛ در حد یک powerpoint!
تحلیل و بررسی رفتار کاربران	نرم افزار های تجزیه و تحلیل: اگر روی یک پروژه طراحی مجدد وب کار می کنید، ۹۰٪ این شانس را دارید گوگل آنالیتیکس Google analytics بر روی وب سایت نصب شده باشد. و به دلایل خوبی، بسته های تجزیه و تحلیل های دیگری وجود دارند که برخی کارها را بهتر انجام می دهند، اما هیچ شکی نیست که ابزار تجزیه و تحلیل Google، ابزار بسیار قدرتمندی برای به دست آوردن اطلاعات از بازدیدکنندگانی است که به یک وب سایت مراجعه میکنند. و مهمتر از همه اینکه کاملاً رایگان است!
نوشتن و ویرایش اسکریپت برای تست کاربردپذیری و ساخت نمونه اولیه؛	ویرایشگر متن: برای مک می توانید از یکی از دو ویرایشگر sublimetext یا textedit و برای ویندوز از bbedit و یا notepad استفاده کنید.
آماده سازی اسناد؛ تحلیل داده ها؛ تحلیل؛ ارائه یافته ها	مجموعه نرم افزار های استاندارد: اگر شما مجموعه نرم افزار های مایکروسافت (outlook, word, excel, powerpoint)، و یا مجموعه نرم افزار های اپل (mail, pages, numbers, keynote) یا یکی از جایگزین های رایگان یا متن باز را انتخاب می کنید، نکته مهم این است که آن ها روش انجام کار خود را تغییر نمی دهند. اگر زمان شرایط سختی را برای تبادل اسناد با اعضای تیم خود داشته باشید چون همه آن ها از مایکروسافت اکسل استفاده می کنند و شما از سیستم کاغذی، ممکن است برای شما راحت تر باشد که روش کار خودتان را تغییر بدهید.

ابزارهای آنالوگ

ابزار	کاربرد
قلم + دفترچه یادداشت: ابزار های ساده ولی کاربردی برای ثبت اطلاعات، شما می توانید در یک جلسه، مصاحبه، یا تست کاربردپذیری، و یا بسیاری از موارد دیگر از این ابزارهای دوست داشتنی استفاده کنید. شاید یک روز من به سرعت ایده ها، نظرات یا مشاهدات خودم را در یک کامپیوتر یا تبلت ثبت کنم، اما در حال حاضر، قلم و کاغذ هنوز بهترین انتخاب هستند.	ثبت ایده ها، مشاهدات، و یادداشت برداری از نشست ها، مصاحبه ها، و تست های کاربرد پذیری
ماژیک : من هیچ وابستگی به برند خاصی ندارم، اما قطعا این حقیقت دارد که اکثر طراحان تجربه کاربری عاشق برند sharpies هستند. مهم نیست که از کدام برند استفاده می کنید، بلکه چیزی مهم است استفاده از یک ماژیک ساده می باشد، چیزی که افراد را جذب می کند تا ایده های خود را بر روی کاغذ ترسیم کنند، و این دقیقا همان چیزی است که ما به دنبال آن هستیم. مانند خبرنگاران می توانید چندین رنگ ساده را در اختیار داشته باشید و متن های خاص را هایلایت کنید.	کارگاه طراحی تیمی
تخته وایت برد + ماژیک: برخی ابزارهای طراحی، مداد، ماژیک، استیکر های چسبی، کاغذ ۴A یا کاغذ های شطرنجی.	آسان کردن کار طراحی در جلسات گروهی
کاغذ های یادداشت: یک پیشنهاد برای استفاده از این ابزار، در اختیار داشتن دیواری برای قرار دادن کاغذ های یادداشت بر روی آن است.	سازمان دهی مفاهیم متفاوت، معماری اطلاعات
کارت ها : شاید دیگر از این کارت ها در کتابخانه ها استفاده نکنند، اما این کارت های کوچک فوق العاده مفید هستند تا کاربران	مرتب سازی کارت ها

	بتوانند اطلاعاتی را که بر روی آنها نوشته شده است، گروه بندی کنند.
برگزاری جلسات تست کاربری	کاغذهای شطرنجی برای طراحی: اگر برای یک دستگاه خاص طراحی می‌کنید (وب، تبلت، موبایل)، یا بررسی می‌کنید که برنامه ای که آن را طراحی کرده اید چگونه در دستگاه های مختلف نمایش داده خواهد شد، کاغذ های شطرنجی می‌توانند بهترین گزینه برای نمایش چیدمان المان ها باشند. لیست بزرگ ux mastery از الگوهای ux را برای کاغذ های اسکچینگ چک کنید، می توانید آنها را دانلود کرده و در فرایند طراحی خود استفاده کنید.
ساخت نمونه‌های اولیه کاغذی	کارت + قیچی: بسته به پروژه، بهترین تکنیک ممکن برای ایجاد نمونه اولیه کاغذی می باشد. نمونه‌های اولیه کاغذی همیشه دم دست هستند.

این دو، لیست های تقریباً کاملی هستند، اگرچه ممکن است شما در حال استفاده از بسیاری از موارد که در بالا معرفی شده باشید. اگر شما خودتان را مجبور کنید که ابزار های بسیاری را بررسی کنید (یا حتی ابزاری را به دیگران پیشنهاد بدهید)، من به شما توصیه می کنم که ابزار های منتخب خود را در یک دفترچه یادداشت بنویسید. با استفاده از آزمایشگاه تست کاربرپذیری قابل حمل (لپ تاپ، تبلت، موبایل) و یک کیف پر از ابزار های لوازم التحریر برای طراحی کردن، زمان آن رسیده که این ابزار ها را برای استفاده کنار یکدیگر قرار بدهید و شروع کنید.

خلاصه فصل ۲ : ابزار مناسبی برای خود انتخاب کنید.

- داشتن ابزار مناسب شما را به یک طراح تجربه کاربری تبدیل نمی‌کند، اما بدون آن‌ها کار کمی مشکل است.
- سرمایه‌گذاری در نرم افزار های ضبط صدا و تصویر، به شما کمک می‌کند تا یک آزمایشگاه تست کاربرپذیری قابل‌حمل داشته باشید، زیرا لپ‌تاپ تان به شما این قدرت را می‌دهد که در هر زمان و در هر مکانی بتوانید جلسات تست کاربرپذیری را اجرا کنید.
- قبل از انتخاب ابزار، فرایند های خودتان را مشخص کنید.
- برای خرید لوازم التحریر به قفسه های فروشگاه ها حمله ور نشوید! زیرا شما گزینه های زیادی برای ضبط جلسات، تجزیه و تحلیل، طراحی و برقراری ارتباط دارید. لطفا دوستدار طبیعت باشید.



فصل ۳: تجربه کسب کنید.

قدم بعدی این است که راهی پیدا کنید تا برخی از مطالب تازه ای که یاد گرفته اید را به کار ببرید. خوشبختانه، این کار امکان پذیر است و می توانید بدون اینکه مجبور شوید راه خود را به یک شغل جدید باز کنید، به راحتی بررسی کنید که عمق شغل طراحی تجربه کاربری به چه شکل است.

در این فصل ما به بررسی این موارد خواهیم پرداخت:

- فرصت های کار عملی
- راه هایی برای افزودن ارزش به مهارت های خودتان
- نکاتی در مورد کار داوطلبانه

فرصت های کار عملی

در اینجا چند رویکرد وجود دارد که می‌توانید از آن برای کسب تجربه ای مرتبط با زمینه مورد نظرتان استفاده کنید، و بعد از آن نیز با قدرت در مصاحبه بعدی خود شرکت کنید (ما استراتژی‌های خاصی را برای چگونگی برتری در مصاحبه‌ها، در بخش بعدی بررسی خواهیم کرد).

آرام و پیوسته حرکت کنید.

این معمول‌ترین مسیری است که طراحان تجربه کاربری از آن پیروی می‌کنند. اگر شما در حال حاضر با یک تیم دیجیتال که با برخی از ظرفیت های شما هم سطح هستند کار می‌کنید، شاید به عنوان مدیر پروژه، طراح گرافیک، یا هر چیز دیگری، مسئولیتی را در تیم بعهده داشته باشید. در این شرایط به شما بستگی دارد که چگونه با مشکلات برخورد کرده و کارها را مدیریت کنید. معمولاً مناسب‌ترین انتخاب این است که این ابتکار را برای انجام برخی جلسات تست کاربرپذیری انجام دهید. مشاهده افرادی که از یک محصول استفاده می‌کنند نه تنها به شما در مورد نحوه بهبود این محصول کمک می‌کند، بلکه به شما این فرصت را می‌دهد که مهارت‌های تسهیلگری (آسان سازی) خود را در همان زمان اصلاح کنید. زمانی که شما در اجرای جلسات تست کاربرپذیری به تسلط کاملی دست پیدا می‌کنید، می‌توانید شروع به تقسیم بندی و توسعه مهارت های دیگر خودتان کنید. و اگر در حال حاضر یک طراحی تجربه کاربری دیگر به صورت مشترک با شما روی پروژه کار میکند، ببینید که آیا می‌توانید زمانی را برای افزایش مهارت های خودتان ترتیب دهید تا او دیگر وظایف مربوط به پروژه را به پایان برساند.



برای خودتان یک پروژه فرضی ایجاد کنید

آیا تا به حال آرزو کرده اید که این فرصت را داشتید که برای شرکت nike کار کنید؟ یا از وبسایت جدول زمانبندی آموزشی شهر خودتان ناامید شده‌اید، و آرزو دارید که شما بتوانید آن را طراحی کنید؟ شما می‌توانید! پس همین امروز شروع کنید.

ایجاد یک پروژه فرضی به شما این امکان را می‌دهد که برای مشتری رویایی خود و یا بر روی پروژه‌ای که در مورد آن شور و اشتیاق دارید، کار کنید. توسط اطلاعاتی که درباره اهداف کسب‌وکار و یا فناوری اطلاعات دارید، می‌توانید با آزادی عمل بیشتری بر روی پروژه کار کنید تا پروژه را آنطور که دوست دارید انجام دهید. نداشتن کارفرما در پروژه‌های فرضی یک ویژگی بسیار خوب است.

می‌توانید با مشتریان یا کاربران این محصول مصاحبه کنید، برخی از جلسات تست کاربرپذیری وب سایت آن‌ها را اجرا کنید، وایرفریم و نمونه‌های اولیه تعاملی ایجاد کنید و با ارائه یافته‌های خود به گروهی از دوستان که حامی این محصول هستند، تجربه کسب کنید.

حتی می‌توانید همه یافته‌های خود را در رزومه و نمونه کارهای خودتان بگنجانید، در حالی که این نمونه کارها همگی درمورد یک پروژه فرضی هستند، (با مراجعه به فصل استخدام در نقش طراح تجربه کاربری می‌توانید با نکات مشابه و ترفند های ساخت رزومه آشنا بشوید).

به یکی از دوستان خودتان کمک کنید

هر فردی دوستی دارد که تصمیم دارد استارت‌آپ خودش را راه اندازی کند - به سادگی در یک قرار ملاقات خودتان رو به او معرفی کنید و بگویید که به UX علاقه مند هستید و تصمیم دارید که بر روی پروژه وب سایت و یا اپلیکیشن استارت‌آپ او کار کنید. از او بخواهید که بجای حقوق شما را صاحب سهام کند.

در حالی که شما باید نسبت به راه‌اندازی هر ایده کوچک و بزرگی که در مسیر شما قرار می‌گیرد هوشیار باشید، ده‌ها فرصت خوب برای کمک به کسب و کارهای کوچک وجود دارد. شما می‌توانید در همان زمان با کار بر روی پروژه‌ها مهارت‌های یادگیری خودتان را بهبود ببخشید.

و پروژه‌ای که قرار است تبدیل به یک فرصت یادگیری خوب برای شما بشود، لازم نیست که بزرگترین وب سایت صادرات جنوب کشور باشد! این پروژه می‌تواند مغازه پیتزا فروشی محله شما، مدرسه کودک شما، و یا حتی کسب و کار لوله‌کشی برادران باشد که توجه شما را به خود جلب کرده است.

همکاری با یک شرکت و یا حضور به صورت کارآموز

مطمئناً، اگر فرد جسوری هستید و با تفکر تماس با غریبه ها و درخواست یک جلسه به همراه یک فنجان قهوه مشکلی ندارید، به شما پیشنهاد میکنم که شانس خود را امتحان کنید. با این حال، بیشتر احتمال دارد که شما بتوانید از طریق شبکه های شخصی و حرفه ای خود موفق شوید. از این واقعیت که شما به این اطلاعات با ارزش نیاز دارید، استفاده کنید!

با سازمان‌هایی همکاری داشته باشید که در آنجا با افرادی آشنا هستید و داوطلب شوید تا برخی از جلسات تست کاربرپذیری و یا مصاحبه با کاربران را در آنجا انجام دهید. ممکن است بعد از اینکه یک شغل ثابت برای کار در سازمان بدست آوردید، به شغل فریلنسری خود ادامه دهید. اگر اطرافیان شما ببینند که شما در حال افزودن ارزش هستید، ممکن است در موقعیت خوبی برای مذاکره قرار بگیرید (اگر نه، پس آنچه یاد گرفته اید را بردارید و به جایی دیگری بروید تا ارزش شما را درک کنند).

یک پروژه شخصی راهاندازی کنید

به جای اینکه زمان خود را به دیگران اهدا کنید، شاید شما ایده تولید محصول خودتان را داشته باشید. چه فرصتی بهتر از اینکه برای اعتبار بخشیدن به مفهوم و بینشی که دارید، وارد فرایند تحقیقات کاربری و ساخت نمونه اولیه بشوید؟ اگر این ایده‌ای است که به طور خاص در مورد آن هیجان‌زده اید، پس یک شانس خوب برای شما وجود دارد که بتوانید با انگیزه کافی به سراغ مشکلاتی که این محصول خواهد داشت، بروید.

تمایل شما برای رسیدن به موفقیت این ایده باعث جهت دهی قضاوت شما خواهد شد، سخت کوش باشید و ایده خودتان را رها نکنید. با این حال، این تجربه هنوز ارزشمند خواهد بود، و تحقیقاتی که انجام می‌دهید ممکن است موجب کشف یکی از پتانسیل های محصول بشود. برای به حداقل رساندن این تعصب، ایده تان را به تعداد انگشت شماری از همکاران و یا دوستانی که به

نظرات آنها اعتماد دارید، ارائه بدهید. این کار به افزایش مهارت و تجربیات شما در ارائه دادن نیز کمک می‌کند.

راههایی برای افزودن ارزش به مهارت های خودتان

برگزاری تست های کاربرد پذیری

تبدیل شدن به یک طراح UX با اعتماد به نفس، چیزی نیست که بتوان آن را در عرض ۱۰ دقیقه آموزش داد. با این حال، به طور خاص، یک فعالیت وجود دارد که می‌تواند کمی به اعتبار شما اضافه و تعداد مشتری هایتان را بیشتر کند، و این کار **برگزاری یک جلسه تست کاربرد پذیری** است. تست کاربرد پذیری یکی از فعالیت‌هایی است که همیشه اطلاعات مفیدی در مورد چگونگی قابل استفاده بودن یک برنامه کاربردی وب و یا اپلیکیشن به شما ارائه می‌دهد.

تست کاربرد پذیری می‌تواند بر روی یک نمونه اولیه، یک محصول تکمیل شده، یا حتی یک وب سایت یا اپلیکیشن انجام بشود. و آیا می‌دانید بهترین قسمت داستان کجاست؟ اینکه هر کسی می‌تواند یک تست کاربرد پذیری را بدون هیچ تجربه‌ای انجام بدهد! برای شروع فقط باید انگیزه کافی داشته باشید. این یک داستان واقعی است که به من ثابت شده است. برای مثال کارمند یک شرکت نرم افزاری که یکی از مشتریان من از طریق مشاوره بود، برای پروژه خودش از من درخواست کمک کرد:

" یک شرکت برنامه نویسی قرار است برای ما یک اپلیکیشن بسازند، آنها یک نمونه اولیه برای تست کاربرد پذیری به ما داده اند و من سه روز وقت دارم. از امروز باید شروع کنم؟ می‌توانید به من کمک کنید؟ "

من به طور معمول داوطلب انجام تست های کاربرپذیری برای مشتریان هستم. اما در این مورد من تعهدات فوری به مشتریان دیگر داشتم، بنابراین قادر به کمک نبودم. به جای آن، من به او گفتم که راهنمایی برای انجام تست برایش ارسال میکنم، و ایمیل زیر را ارسال میکنم (برای حفاظت از محرمانه بودن اطلاعات مشتری من، برخی از جزئیات تغییر کرده است). چیزی که در نتیجه خواندن این نامه روی داد شگفت انگیز بود. این ایمیلی است که من برای مشتری خودم " سارا " را فرستادم.

From: Matthew Magain

To: Sarah

Subject: Re: testing the app

سلام سارا

ممنون برای پیامی که فرستادی. این خیلی عالیه که بچه های شما این فرصتو دارن که برای برنامه جدیدی که توی شرکت ساختید تست usability رو انجام بدید. مسلما اگر کمی در جریان پروژه شما بودم، شاید می تونستم پیام پیشتون و به شما کمک کنم، اما من نمیتونم در این فرصت کوتاه برای تو شعبده بازی کنم!

اما خبر خوب اینه که انجام تست کاربرد پذیری فوق العاده دشوار نیست. نه اینکه شغل خودم رو ساده و سطحی بدونم، اما توانایی انجام یک جلسه تست چیزی هست که به راحتی میشه اون رو یاد گرفت، و البته یک مهارت مفید هست که همیشه می تونه به تو کمک کنه! اگر سه روز برای انجام تست وقت داشته باشی، این کارهایی هست که من توصیه میکنم انجام بدی:

در شروع، این ویدئو رو از استیو کورگ تماشا کن:

<https://www.youtube.com/watch?v=QckIzHC۹۹Xc>

فقط ۲۴ دقیقه طول میکشه، اما ارزشش رو داره. این یک نمونه از تست کاربرپذیری هست - چیزی که تو قطعا میتونی خودت اون رو اداره کنی.

در مورد این ویدئو به چند نکته دقت کن :

- استیو، با تأکید بر اینکه اونها دارند نرم افزار رو آزمایش می کنند و نه کسی که تست می ده، به راحتی استرس تست دهنده رو از بین می برن.
- استیو یک یادداشت رو با چند سوال در ارتباط با وظایف پیش رو کسی که تست رو انجام می ده تنظیم کرده (تو ممکن هست از کاربرها بپرسی چه زمانی از محصول خرید میکنند، چه تراکنشی به صورت آنلاین انجام میدن، و چیزی که اون ها از این تجربه به یاد دارند چی هست؟)
- استیو برای جلوگیری از پرت شدن حواس اونها، توی مرورگر از قبل صفحه وب سایت رو لود کرده بود. تو هم مثلاً ممکنه صفحه اول وب سایت bigcompany رو در شروع جلسه بارگذاری کنی.
- استیو یک جفت از کارهای دو مرحله ای رو برای شرکت کنندگان مشخص کرده (تو هم میتونی یک مدل خاص روان انتخاب کنی. پس یک مدل خاص رو انتخاب کن، و یک کار دوم برای خرید یک محصول متفاوت که معیارهای خاصی رو برآورده میکنه) در این مورد متاسفم، من چون اپلیکیشن شرکت شما رو ندیدم نمی تونم پیشنهادی بدم)
- استیو فرایند تست رو برای کاربر آسون میکنه، اما در حقیقت این راهنمایی کاربر رو هدایت نمیکنه یا نشون نمیده که چه کاری باید انجام بده. او شرکت کننده ها رو تشویق می کنه که با صدای بلند فکر کنند بجای اینکه "همه چیو بریزن تو ذهنشون!". در نتیجه کاربر به تو داده های کیفی می ده تا به تو کمک کنه درک کنی که چرا یک کاربر به روشی که کار ها رو انجام می ده رفتار میکنه. این خیلی مهمه - بدون این کار، تو فقط حدس می زنی که چرا کاربرها کاری رو انجام میدن.
- استیو مداوم از کاربر می پرسه : به چی فکر میکنی؟ خیلی زیاد. کار فوری و مفیدی هست و موجب میشه کسی که داره تست می ده فراموش نکنه که داره چی کار میکنه. اونها قرار هست با صدای بلند فکر کنن.

وقتی همه این چیزها رو هضم کردی، آماده ای که تست کاربرد پذیری خودت رو انجام بدی!

این کاری هست که من انجام میدم:

۱. برای یک جلسه ۳۰ دقیقه‌ای، در عرض چند روز، حداقل به ۶ نفر شرکت کننده نیاز دارم.

البته ایده آل تو می‌تونه بیشتر از این باشه و به زمان و منابعی که داری بستگی داره. این شرکت کننده‌ها باید از گروه هدفی باشند که تو فکر می‌کنی از برنامه استفاده می‌کنن و طیف وسیعی از افراد موجود در اون گروه‌ها رو پوشش بدن. به عنوان مثال، اگر داده‌های بازاریابی شرکت به تو نشون بدن که مشتریان هدف اپلیکیشن بین رده سنی ۱۸ تا ۳۵ سال، مرد و زن هستند، پس ۳ مرد در رده سنی ۱۸، ۲۴ و ۳۵ و سه زن با همین رده سنی انتخاب کن. به طور ایده‌آل اون‌ها باید افرادی باشند که در واقع برای خرید یک تلفن همراه به بازار مراجعه می‌کنند، افرادی که قرار هست کاربر اپلیکیشن شرکت شما بشن (یا بهتره که اخیراً یک موبایل خریداری کرده باشند). زیبایی کار کردن در شرکتی بزرگی مثل شرکت شما این هست که احتمالاً با این معیارهایی که گفتم کاندیداهایی در دفتر کارتون دارید، و مایل به شرکت در این تست هستن. میدونم که مدت زیادی نیست در شرکتتون استخدام شدی، بنابراین از کسی سوال کن که سابقه قدیمی تری داره. (من توصیه می‌کنم که از کوین دالی کمک بگیری که چند سال پیش من رو هم در شرکت شما استخدام کرده بود، کوین ۱۳ سال هست که با شرکت همکاری داره، کارمند بسیار مفیدی بوده و همه رو میشناسه - بهش بگو که من معرف تو هستم). برای افرادی هم که انتخاب میکنی چند تا جایگزین داشته باش چونکه گاهی مشکلاتی پیش میاد و بعضی از تست دهنده‌ها نمیتونن توی تست شرکت کنن. ممکنه که بخوای یک جلسه تمرینی رو برای بدست آوردن تجربه و مهارت انجام بدی (برای مثال تست رو با رئیس به عنوان شرکت‌کننده انجام بدی).

۲. یک جلسه ۳۰ دقیقه‌ای با شرکت کننده‌ها رو برنامه ریزی میکنم. برای درخواست از افرادی

که باید در تست شرکت کنند، می‌تونم قالب ایمیلی که برات فرستادم رو کپی کنی و از اون استفاده کنی. حداقل ۳۰ دقیقه بین جلسات وقفه بنداز و کمی استراحت کن تا بتونی در مورد اطلاعاتی که بدست آوردی به جمع بندی داشته باشی. اگر برای تست سه روزه از فردا شروع میکنی، ببین آیا می‌تونم یک یا دو تست رو برای فردا بعد از ظهر آماده کنی و بقیه رو هم برای روز دوشنبه و سه شنبه. من توصیه می‌کنم برای اولین بار، به تست دهنده‌ها زنگ بزنی، و بعد براشون دعوت نامه ایمیلی بفرستی. تست رو در اتاقی برگزار کن که بتونی در رو ببندی، فضای باز برای تست گرفتن خوب نیست.

۳. **قطعا ضبط یک ویدئو از صفحه نمایش در حالی که شرکت کننده ها در حال انجام تست هستند رو توصیه میکنم.** دو دلیل وجود داره که چرا این یک ایده خوب هست، و بسته به اینکه چقدر برای تو هم مهم هستند موجب میشه که به خودت زحمت انجامش رو بدی یا نه. اولین دلیل این هست که دیگه فشار زیادی برای یادداشت برداری سریع روی تو نیست - اقدامات شرکت کننده و پاسخ های اپلیکیشن همه چیزهایی هستن که ثبت میشن و باید به اونها مراجعه کنی. دلیل دوم سیاست-کاری هست، اگر می‌خوای با موانعی که روبرو شدی کسی رو از یک شرکت طراحی یا از مدیران ارشد در مورد توصیه‌های خودت متقاعد کنی، این می‌تونه ابزار مفیدی باشه (با گفتن این جمله: هی نگاه کن، این نظر من نیست، این نظر یک کاربر تصادفی هست!). اگر تصورنمیکنی که دلایل سیاست-کاری برای ضبط صفحه نمایش وجود داره (و یا فقط سازماندهی یک دوربین فیلمبرداری برای ضبط از صفحه نمایش بسیار مشکل هست)، من توصیه می‌کنم حداقل صدای هر جلسه رو ضبط کنی (یا با موبایل خودت و یا کامپیوتر). این به این معنی است که اگر متوجه شدی که کاربر با بخش‌های ویژه‌ای از اپلیکیشن دچار مشکل میشه، باید یادداشت برداری کنی، و زمانی که به دنبال مشکلات رایج می‌گردی به یادداشت های خودت مراجعه کنی.
۴. **یک سری وظایف رو برای شرکت کننده ها از قبل برنامه ریزی میکنم.** این وظایف رو روی یک کارت بنویس و در شروع تست به اونها بده. این وظایف باید به صورت سناریو نوشته شده باشن (یک سری از کارهای متوالی) که تست دهنده بتونه متن رو به راحتی بخونه و یا تو برای اونها بخونی.
۵. **کارهایی که کاربر باید انجام بده رو چاپ میکنم** (برای اینکه به کاربر دقیقا بگم چه کاری باید انجام بده) و یک اسکرپت تست برای خوندن برای هر جلسه دارم (من وقتی جلسات تست کاربرد پذیری رو انجام میدم، با الگوهای کار می‌کنم و از اون ها استفاده می‌کنم و در طی تست اون ها رو اصلاح میکنم).
۶. **جلسات رو اجرا و مدیریت میکنم.** گاهی حضور یک ناظر دوم در اتاق جلسه به همراه تو برای برخی از جلسات مفید هست. ناظر دوم باید یادداشت برداری انجام بده. بعضی وقت‌ها اونها به چیزی توجه می‌کنن که تو متوجه اون نکته نیستی!
۷. **یادداشت و ضبط های خودم رو از تمام جلسات مرور میکنم.** امیدوارم توهم به برخی موضوعات تکراری توجه کنی. به طور مثال اگر ۴ نفر از ۶ نفر، در انجام یک کار مشخص

از کارهایی که باید انجام میدادن گیر کرده باشند، پس این قطعا چیزی هست که تو باید با افراد شرکتی که دارن اپ رو می سازند مطرح کنی. تو باید فهرست تغییرات توصیه شده خودت رو براساس میزان تاثیر اونها بر توانایی کاربر در تکمیل وظایف، اولویت بندی کنی. بنابراین اگر فقط با یک مشکل جزئی برخوردی که واقعا درکل فرایند مشکلی ایجاد نمیکرد، میتونی از اون صرف نظر کنی. و در اولویت بندی، آخرلیست قرارش بدی. توهم با من موافقی درسته؟ :) این لیست، همون چیزی هست که تو برای تغییرات باید به شرکت سازنده اپ بدی.

خب تمام شد!

من روزسه شنبه برای یک پروژه دیگه باید در دفتر کارم باشم. نمی تونم در جلسات تست تو شرکت کنم، اما خوشحال میشم که در مورد تست های کاربرپذیری که انجام میدی صحبت کنیم (اگر بتونی به من اطلاع بدی عالیه). امیدوارم همه چیزهایی که گفتم مفید باشه، اگر سوالی داشتی به من ایمیل بزن و یا تماس بگیر.

دوستدار تو، متیو

ضمیمه ها:

دعوت نامه ایمیلی برای ارسال به شرکت کنندها

نمونه اسکرپیت تست کاربرپذیری (Word)

نمونه فرم سناریوها (Word)

سه شنبه بعد، سارا به دفتر کار من آمد و آرام به نظر می رسید. آنچه که من به او پیشنهاد داده بودم یک برنامه زمانی بلند پروازانه بود، بنابراین من تعجب کردم که ممکن است او به توصیه های من عمل کرده باشد. از او پرسیدم که کارها چگونه به پیش رفت؟

"خب، من تست را برگزار کردم. جلسات خوب پیش رفت و من حالا دارم نتیجه های تست را مستند میکنم! تجربه خوبی بود."

من واقعا شگفت زده شدم!

سارا نه تنها برای تست برنامه ریزی کرده بود، بلکه تست را انجام داده و خودش گزارش جلسات را نوشته بود، از برگزاری تست کاربرپذیری واقعا لذت برده بود. احتمالا او تبدیل به یک نیروی عالی برای جذب کاربران در پروژه های شرکت خواهد شد.

در انجام یک تست کاربرپذیری مطمئن شوید که مجموعه ای از فرضیات در مورد ویژگی های جمعیتی شناختی (دموگرافی^۴) در نظر گرفت شده اند، در این تست شرکت کنندگان اعضای پرسنل بودند و احتمالا نگرش های انحرافی به شرکت و برنامه آن داشتند، و به طور ایده آل این نوع پروژه ها به گونه ای متفاوت سازماندهی خواهند شد تا به مشارکت کاربر در هر مرحله منجر شود و یک فرهنگ کاربر محور در سازمان ایجاد کند.

با این حال، با توجه به فرصت زمانی بسیار کوتاه برای انجام تست، نتیجه عالی بود! من فکر می کنم این یک مثال عالی برای انجام بخشی از فرایند طراحی تجربه کاربری برای پروژه هایی است که از نظر زمان با محدودیت روبرو هستند. همچنین نشان می دهد که واقعا هیچ بهانه ای برای انجام حداقل برخی از تست های اولیه از وب سایت ها و اپلیکشن شما وجود ندارد. تنها چیزی که به آن نیاز دارید این است که زمانبندی دقیقی داشته باشید و باور کنید که می توانید کار را انجام بدهید.

سوالات زیادی پیرسید

یک روش دیگر که می توانید به تجربه خود ارزش اضافه کنید این است که به سادگی سوالات زیادی را پیرسید. در فصل اول، ما UX را به عنوان "چه چیزی، چه زمانی، و چگونه یک نفر از یک محصول استفاده می کند، و اینکه آن فرد چه کسی است؟" تعریف کردیم. شما می توانید از این تعریف به

^۴ Demography

عنوان یک چارچوب برای تعیین اینکه یک سازمان چگونه باید کاربران اصلی و اولیه خود را درک کند، و یا اینکه یک محصول چگونه به احتمال زیاد با مخاطب مورد نظر خود متناسب خواهد بود، استفاده کنید.

نکاتی در مورد کار داوطلبانه

در زمان داوطلب شدن، مهم است که اطمینان حاصل کنید که شما و "مشتری" بیشترین تجربه را به دست خواهید آورد، و این پروژه تبدیل به یک بن بست نخواهد شد که موجب سر درگمی شما بشود. در اینجا نکاتی برای جلوگیری از وقوع چنین اتفاقی وجود دارد:

۱. **دامنه فعالیت های خود را در یک قرارداد تعریف کنید:** قبل از هرچیز در قرارداد بنویسید که دقیقاً چه چیزی به مشتری خود ارائه می‌کنید، به شکل یک توافق نامه، و هر دوی شما آن را امضا کنید. قرارداد باید شامل خروجی‌های کلیدی، نقاط عطف و تاریخ‌های مقرر باشد و صریحاً در مورد کاری که قرار نیست انجام دهید صحبت کنید. زمان شما ارزشمند است و در این پروژه به صورت رایگان فعالیت می‌کنید و بدون هیچ چیز رسمی، پس ریسک آن را باید کاملاً بررسی کنید.

۲. **بلندپروازی نداشته باشید:** به راحتی می‌توانید در مورد کارکردن در یک پروژه واقعی هیجان‌زده شده باشید، و احتمالاً مشتاق هستید که دیگران را تحت تاثیر قرار بدهید. با این حال، مراقب باشید که بیش از حد وعده ندهید، زیرا احتمال دارد پروژه کوچک شما به یک پروژه بزرگ و بی پایان تبدیل شود.

۳. **برای مشتری فاکتور هزینه ها را بفرستید:** حتی اگر مشتری قرار نباشد به شما پرداختی داشته باشد، یک فاکتور برای او بفرستید که نرخ ساعتی کار شما را لیست می‌کند و شامل تخفیف ۱۰۰٪ می‌شود. به این ترتیب، مشتریان حداقل ارزش هزینه آنچه را که در زمان قرارداد شما

دریافت می‌کنند، درک می‌کنند. همچنین باعث می‌شود که مذاکره درباره گسترش کار شما در پروژه (با ظرفیت پرداختی) بسیار آسان‌تر شود.

۴. **از کارفرما اجازه بگیرید که این پروژه را در نمونه کارهای خود قرار بدهید:** شما در اینجا پولی دریافت نمی‌کنید، پس باید مطمئن شوید که به روش‌های دیگر از این پروژه ارزش به دست می‌آورید. اگر در زمان اتمام پروژه، کارفرما به شما بگوید که این پروژه در حال حاضر به حالت "پنهان" به پیش میرود و نمی‌تواند در انظار عمومی به اشتراک گذاشته شود، برای شما بسیار ناراحت کننده خواهد بود. بهتر است همه چیز در ابتدای کار مشخص شود. حتما این موضوع را در قرارداد خود بنویسید که شما نیاز دارید بتوانید بخشی از کار را در یک رزومه آنلاین به کارفرمایان بالقوه نشان بدهید.

۵. **از کارفرما یک گواهی نامه و یک تاییده در خواست کنید:** اگر احساس می‌کنید که کارتان را درست انجام داده‌اید، و می‌دانید که مشتری از آن راضی است، برای یک اطلاع رسانی عمومی از آن استفاده کرده، و در مورد پروژه در شبکه های اجتماعی خود صحبت کنید. به آدرس linkedin کارفرمای پروژه متصل شوید و به طور مودبانه از او درخواست کنید که درباره عملکرد شما بنویسد، آنرا به اشتراک بگذارد و به دنیا اعلام کنید که در کاری که انجام می‌دهید بهترین هستید. همانطور که می‌توانید ببینید، روش‌های بی شماری برای کسب تجربه در بسیاری از جنبه‌های کار طراحی تجربه کاربری وجود دارد. اینکه "کسب تجربه در نقش یک داوطلب غیر ممکن است و شما را به هیچ جایی نمی‌رساند." کاملا اشتباه است. زمانی را صرف این کنید تا به صورت آگاهانه تجربه‌ای که نیاز دارید را بدست بیاورید، و آنگاه از فرصت هایی که برای شما بوجود می‌آیند، شگفت زده خواهید شد.

بهترین راه برای یادگیری تجربه کاربری این است که این کار را در پروژه های عملی انجام دهیم. بعلاوه، اگر بگویید "من این کار را انجام داده ام" به جای "من در این زمینه مطالعات زیادی داشته ام" بسیار متقاعد کننده تر به نظر می رسد.

همانطور که در این فصل مشاهده کردیم، روش های زیادی برای کسب تجربه در محدوده فعالیت شما وجود دارد که حتی ممکن است همه آنها را مورد بررسی قرار دهید. حتی اگر یک پروژه به برنامه ریزی برای اجرا نرسد و یا برخی از یافته های تحقیقاتی خود را برای یک مشتری آماده کنید و او تصمیم به نادیده گرفتن نتیجه کار شما بگیرد، این ها همه تجربه هایی ارزشمند هستند. هر چه بیشتر تجربه به دست بیاورید، شانس شما برای استخدام شدن در نقش یک طراح تجربه کاربری به صورت تمام وقت بیشتر میشود. در فصل بعد روش هایی را بررسی می کنیم که به شما کمک خواهد کرد تا بتوانید با دیگران ارتباط برقرار کنید و سعی کنید شبکه خود را گسترش دهید و از آنها یاد بگیرید و احتمالاً از طریق آن تجربه کسب کنید.

سوال هایی که باید از خودتان پرسید :

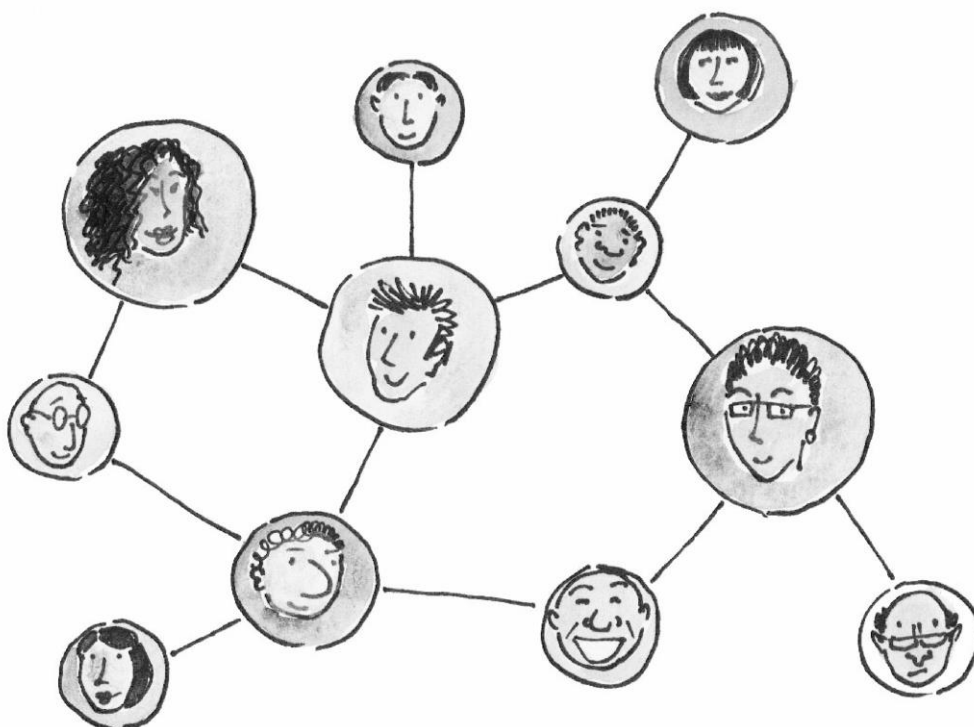
۱. در نقش فعلی تان، در کجا می توانید به مهارت ها و تجربه خود ارزش اضافه کنید؟ اگر شما در محیطی کار نمی کنید که محصولات دیجیتال تولید کنند، ممکن است نیاز داشته باشید به تغییر شغل خود فکر کنید. زیرا شما نیاز دارید در زمینه طراحی تجربه کاربری برای محصولات دیجیتال آموزش ببینید. اما اگر شما تصمیم به کار بر روی محصولات غیر دیجیتال دارید، مطمئن شوید که همه درک می کنند شما مشتاق اجرای برخی از تست های کاربرپذیری و انجام فعالیت های مرتبط با UX هستید، هرچند این یک فعالیت کوچک باشد.
۲. با چه سازمان هایی دوست دارید همکاری داشته باشید؟ اگر نیاز دارید به کاری خارج از شغل فعلی خودتان فکر کنید و قصد دارید وقت خود را به صورت رایگان و داوطلبانه در اختیار آنها

قرار بدهید، چه چیزهایی ممکن است در مورد آن سازمان شما را هیجان زده کند و باعث شود به آنها اعتماد کنید؟ کدام برندها با ارزش ها و جاه طلبی های شما همسو هستند؟

۳. کدام یک همکاران و یا دوستان شما در زمینه طراحی تجربه کاربری مشغول به کار هستند؟ از طریق شبکه های اجتماعی این موضوع را بررسی کنید و ببینید آیا کسانی هستند که برای ملاقات مجدد با شما هیجان زده باشند. به عنوان فرصتی برای کسب تجربه و شبکه سازی، برای قرار ملاقاتی در چند روز آینده به آنها پیام بدهید.

خلاصه فصل ۳ : تجربه کسب کنید:

- تجربه، ارزشمندترین جزء سفر شما به سمت موفقیت است.
- هر چه می توانید بیشتر تجربه کسب کنید، چه در پروژه های شخصی، چه به صورت رایگان، و یا در همکاری با دیگران، بهتر است که در مورد آن صحبت کنید و بر روی کار خود متمرکز شوید. خود را درگیر آدم هایی که فقط حرف می زنند و یا حاشیه ها نکنید.
- کار را با پیشنهاد برگزاری جلسات تست کاربردپذیری و نوشتن گزارشاتی در مورد یافته های خود شروع کنید.
- در صورت داوطلب شدن، دقت کنید که محدوده مشارکت خود را محدود کنید تا به هیچ وجه مجبور به انجام کارهای زیاد و اضافه کاری نشوید.



فصل ۴: شبکه سازی کنید.

بخش بزرگی از سازماندهی جایگاه شغلی خودتان در زمینه تجربه کاربری، مربوط به ارتباط با افرادی می شود که موجب فعال بودن و پیشرفت کردن شما هستند. آنها به توسعه مهارت های حرفه ای شما کمک می کنند که در نتیجه منجر به کارهای جدید و فرصت های شغلی بهتر می شود.

در این فصل ما به بررسی این موارد خواهیم پرداخت:

- برای اتصال به افراد، شبکه سازی کنید
- برای روابط خود ارزش قائل باشید
- در دسترس باشید
- ارتباطات خود را حفظ کنید
- برای رویدادهای شبکه سازی پیش‌رو، یک فهرست تهیه کنید

برای اتصال به افراد، شبکه سازی کنید

بهترین مشاغل در تجربه کاربری، هیچگاه تبلیغ یا معرفی نمی شوند.

این جمله را دوباره بخوانید و بگذارید واقعا به آن فکر کنیم. درست است – و البته نه فقط در دنیای UX.

با این حال اگر بدانید چطور و چه جایی را جستجو کنید، قطعا فرصت‌های فوق العاده‌ای وجود خواهد داشت. بهترین راه برای یافتن این فرصت‌ها و شغل‌ها از طریق Google ، آژانس‌های کاریابی، و آگهی‌های استخدامی نیست، بلکه با ارتباط مستقیم با افراد و دوستان نزدیک به خودتان، از طریق شبکه‌هایی مثل linkedin، توییتر و رویداد های محلی است و می توانید به شبکه گسترده ای از فرصت های شغلی دست پیدا کنید.

اگر شما فردی درونگرا هستید و یا فکر می کنید که افراد زیادی را نمی شناسید، شبکه سازی برای شما وحشتناک خواهد بود. اما باید به شما بگوییم که شبکه سازی باعث رونق کسب و کار شما می شود، پس حتما به آن فکر کنید!

شبکه سازی بهترین راه برای پیدا کردن یک شغل است زیرا:

- در نهایت اکثر شرکت ها، در حوزه تجربه کاربری ترجیح می‌دهند با افرادی که می‌شناسند و دوست دارند کار کنند. همچنین متقاعد کردن یک کارفرما جهت استخدام شما بر اساس رزومه ای ناشناس و یک نامه معرفی، سخت تر خواهد بود.
- کسانی که به طور عمومی برای استخدام طراح تجربه کاربری تبلیغ می‌کنند، تمایل زیادی دارند تعدادی طراح برای طراحی برنامه‌های ضعیف استخدام کنند، این دسته از شرکت ها معمولا طراحی تجربه کاربری را به عنوان طراح رابط کاربری استخدام می کنند. حتی اگر شما

بدور از این تبلیغات قرار بگیرید، رقم دستمزدها هم هنوز به این معنی است که شما با رقابت شدیدی برای استخدام در شغل محبوب خود مواجه هستید. شبکه سازی، شما را به عنوان عضوی از یک جامعه کوچکتر و متخصص تر تعریف می کند و در بعضی موارد حتی ممکن است به این معنی باشد که یک موقعیت مناسب برای شما ایجاد می شود.

- در پایان باید بگوییم که ممکن است شغل رویایی شما هرگز در جایی تبلیغ نشود تا شما بتوانید برای استخدام آن اقدام کنید. شبکه سازی به شما امکان دسترسی به افراد مناسب، اطلاعات و داشتن یک شغل راحت قبل از آنکه یک توصیف شغلی برای خودتان بنویسید را می دهد. در شبکه افراد شما را با مهارت ها و رزومه که دارید می شناسند و درخواست های استخدام و پروژه به سمت شما روانه میشود.

خبر خوب این است که شما احتمالا قبلا شبکه سازی را انجام داده اید!

اگرچه شبکه سازی را تشخیص بدهید یا نه، شما هر روز و هر جا که می روید، شبکه سازی می کنید. زمانی که با یک همسایه در ارتباط با موضوعی گپ میزنید، با فردی که در کنار شما در حال پرداخت است مکالمه می کنید، یا با یک دوست برای اولین در محل کارتان همکاری می کنید.

ایجاد یک شبکه موثر در مورد سوء استفاده از افراد دیگر و یا به شدت تبلیغات کردن برای خودتان نیست، شبکه سازی در مورد ایجاد روابط است.

افراد می خواهند به شما کمک کنند

برای من چندین سال طول کشید تا متوجه شدم که شبکه سازی یک تلاش خودخواهانه نیست. من از این که مردم درباره من چه فکری می کردند مضطرب بودم، و خیلی ناراحت می شدم که در جمعی حضور پیدا کنم. بعد از مدتی متوجه شدم که من اشتباه میکنم؛ شبکه سازی به نفع دیگران هم هست. در اینجا به چند مورد اشاره کردم که چطور به این موضوع پی بردم:

- **در کمک به دیگران پیشقدم باشید،** یا با مشارکت دادن دیگران در فرصت های کاری خود، با یک ژست دوستانه از آنها قدردانی کنید.
- **کمک به به دیگران احساس خوبی دارد،** و اکثر مردم اگر بتوانند، با کمال میل از همیاری شما استقبال می کنند.
- **مردم از دادن مشاوره لذت می برند،** و این بدان معنی است که آنها شما را برای این تخصص شناخته اند.

- دیگران تشویق، مشارکت و حمایت اخلاقی را از طریق شبکه سازی دریافت می کنند.
- تجربه کاربری به عنوان یک زمینه بسیار حمایتی شناخته شده است. افراد زمانی که در موقعیت های مشابه شما بودند را به یاد می آورند، و خواهید دید که آنها اکثر اوقات مشتاق کمک به شما هستند، بخصوص زمانی که شما شبکه سازی را به تازگی شروع کرده اید.



شبیه به یک هاب عمل کنید!

اگر یک همکار، مشتری، یا دوستی از شما پرسید: آیا کسی را برای..... می شناسید؟ " سعی کنید فردی را از داخل شبکه خودتان به او ارجاع بدهید. انجام این کار نه تنها باعث می شود که شما در دید آن ها فردی مفید به نظر برسید، بلکه به احتمال زیاد در مورد فرصت های آینده در حلقه همکاران به عنوان یک نتیجه کارآمد نگهداری خواهید شد. و وقتی زمانش برسد، آنها بیشتر مایل خواهند بود که این لطف را به شما برگردانند!

اعتماد ایجاد کنید

برای بسیاری از سازمان ها، واگذاری تجربه کاربری به کسی که هنوز درون دایره اعتماد آن ها قرار نگرفته است، شبیه به در اختیار قرار دادن نوزاد تازه متولد شده آن ها به یک غریبه است. مقدار بسیار زیادی از پرسش ها و شک و تردیدها وجود دارند و ایجاد اعتماد کلید حل این مسئله است.

روزنامه نگار و نویسنده معروف نیل گیمن^۵ سخن جالبی گفته است:

"به هر حال، شما روزی کار پیدا خواهید کرد، اما بعضی از افراد ترجیح می دهند در دنیای آزادکاری^۶ کار کنند، چون کار آن ها خوب است، چون کار آن ها آسان است و چون کار را به موقع انجام می دهند. و شما حتی به داشتن هر سه نیازی ندارید! دوتا از سه مورد هم خوب است."

^۵ Neil Gaiman

^۶ freelancing

راز ایجاد شبکه سازی بهتر این است که انسجام حرفه‌ای خود را گسترش دهید و به افراد در اطراف خودتان بلافاصله اعتماد کنید. ایجاد اعتماد با یک نفر به شما کمک می‌کند تا به مرحله بعدی در ارتباط با آن فرد بروید. اگر شما شخصا برای استخدام در یک موقعیت شغلی طراحی تجربه کاربری از سمت فرد دیگری معرفی شده باشید، به طور خودکار قبل از اینکه شروع به کار کنید، در مورد جلب اعتماد به نفس کارفرما خود حرکتی را آغاز کرده اید.

البته برای من خیلی خوب است که شما بگویم "اعتماد ایجاد کنید"، اما در واقع ما چگونه این کار را انجام می‌دهیم؟ خوب، اولین قدم این است که روابط خود را ارزش گذاری کنید.

برای روابط خود ارزش قائل باشید

شبکه سازی گاهی اوقات به عنوان قلمرو کارآفرینان و فروشندگان شناخته شده و همراه به عنوان یک مفهوم ذهنی و یا خدمت به خود مطرح می‌شود. لازم نیست موردی خاصی را در نظر بگیرید، در واقع شبکه ها چیزی بیش از آشنایی با افراد عادی نیستند: یک فرایند و جریان ارتباط برقرار کردن، به اشتراک گذاری آنچه شما می‌دانید و مطرح کردن یک سری از سوالات.

شبکه سازی راهی برای برقراری ارتباط با دیگران است، نه تکنیکی برای رسیدن به چیزی که شما می‌خواهید. شما مجبور نیستید کارت ویزت های خود را به همه ارائه کنید، فقط از طریق دفترچه تلفن خود با افراد تماس بگیرید، سعی کنید با لیستی از غریبه‌ها کار کنید.

تمام کاری که باید انجام دهید این است که به همه دسترسی داشته باشید. در اینجا به چند نکته برای تبدیل شدن به یک شبکه‌ساز موثر اشاره می‌کنیم:

۱. **اصل و نسب داشته باشید:** پنهان کردن کسی که هستید یا سرکوب کردن منافع خودتان تنها به شخص شما آسیب خواهد رساند. صادق بودن برای اهداف تان (و نه تنها چیزی که فکر می‌کنید دیگران دوست خواهند داشت) در نهایت موجب بیشتر برآورده شدن خواسته های شما خواهد شد.
۲. **محتاط باشید:** اگر برای مدتی طولانی با یک دوست یا همکار قدیمی در ارتباط نبودید، قبل از اینکه به درخواست شما جواب رد بدهد، زمانی را صرف ارتباط مجدد با او کنید. یا، اگر با کسی ملاقات می‌کنید که خوب او را نمی‌شناسید، در مورد مدت زمان جلسه محتاطانه رفتار کنید و بیش از حد وارد حاشیه نشوید.

۳. **درخواست مشاوره کنید، نه یک شغل:** هدف شما در ساخت یک شبکه به دست آوردن دوستانی است که بتوانند راهنمای شما باشند. اما درخواست مستقیم برای یک شغل به احتمال زیاد باعث می‌شود که دوستان شما احساس کنند شما در کمین آنها هستید و در وضعیت نامناسبی بگویند که نمی‌توانند به شما کمک کنند. به جای اینکه یک بن‌بست ایجاد کنید، به دنبال دریافت اطلاعات و یا بینش و دیدگاه افراد باشید. اگر ارتباطات شما قادر است به آنها کمک کند، احتمالاً با معرفی یک شرکت و یا ارجاع دادن به فردی می‌توانید به آنها کمک کنید.

۴. **چیزهایی که به آن نیاز دارید را مشخص کنید:** قبل از اینکه به دفترچه تلفن خود حمله کنید، زمان خود را صرف این سوال کنید "من در حال حاضر به چه اطلاعاتی نیاز دارم؟". چیزی که به دنبال آن هستید را روشن کنید. آیا به یک مرجع نیاز دارید؟ دیدگاه یک فرد در یک نقش خاص؟ و یا یک معرفی و ارجاع به فردی که می‌خواهید با او آشنا شوید؟

۵. **بگویید "متشکرم":** ممکن است واضح به نظر برسد، اما مطمئن شوید که از هر کسی در شبکه شما که زمان و اطلاعات خود را در اختیار شما قرار می‌دهد، تشکر می‌کنید، حتی اگر مکالمه الزاماً به نتیجه‌ای نرسد. این دو کلمه ممکن است تفاوت بین این باشد که آیا آن شخص می‌تواند به شما در آینده کمک کند یا خیر؟



اطلاعات نگیرید و بعد غیب شوید

مردم شبکه ساز هایی که می آیند، اطلاعات می گیرند و غیب می شوند را دوست ندارند. شما آن ها را می شناسید، آن ها دوستانه اما پر مدعا هستند، زمانی که به چیزی نیاز دارند سر و کله آنها پیدا می شود و هر وقت چیزی را که می خواهند به دست می آورند، غیب می شوند. و تا زمانی که دوباره به چیزی نیاز نداشته باشند، شما دیگر آنها را نمی بینید. به شکلی که حتی پاسخ پیام های شما را نمی دهند!

با شبکه خود فراتر از زمان هایی که فقط به آنها نیاز دارید، پایبند باشید. و حتی زمانی که افرادی به شما کمک می کنند، ارتباط خود را با آنها قطع نکنید، به سمت آنها برگردید و بگذارید بدانند شما چطور پیش رفتید، از آن ها برای مراجعه به آن ها تشکر کرده و بازخورد مثبتی به افرادی بدهید که زمان خود را صرف کمک به شما کرده اند.

با افراد مسئول استخدام ها کار کنید

برخی از طراحان تجربه کاربری وقتی کلمه "استخدام کننده" را می شنوند، در صندلی خود به چرت زدن فرو می روند. استخدام کنندگان می توانند یک بسته ترکیبی از رفتارهای واقعی باشند، اما نه همه استخدام کنندگان، بیشتر آنها وقت شمار را هدر می دهند. اگر فرد مناسبی را پیدا کنید، از شما مراقبت کرده و به سرعت بخشیدن در جهت حرفه ای تر شدن کمک خواهند کرد. در اینجا به چند نکته اشاره می کنیم:

- فقط با استخدام کننده هایی کار کنید که می دانند UX چیست : استخدام کنندگانی که بر بازار "دیجیتال" یا "کارهای خلاق" تمرکز دارند، ممکن است دامنه اطلاعات خود را بیش از حد گسترده کرده باشند و واقعا درک کنند که UX چیست.

- به یاد داشته باشید که برخی از استخدام‌کننده‌ها در حیطه ملی یا بین‌المللی کار می‌کنند. و برخی دیگر بصورت محلی فعالیت دارند.
- این موضوع را درک کنید که برخی بر روی یک سطح شغلی خاص تمرکز دارند؛ به عنوان مثال تنها در سطح ابتدایی یا سطح میانی.
- اکثر کارها بر اساس یک احتمال انجام می‌شوند؛ آن‌ها تنها در صورت موفقیت آمیز بودن پیدا کردن یک فرد مناسب، دستمزد پرداخت می‌کنند. استخدام‌کنندگان دیگران ممکن است جستجوها را ادامه بدهند، تا جایی که یک تعداد مشخص از کاندیداهای واجد شرایط و واجد شرایط پرداخت پیدا کنند، حتی اگر هیچ یک از آنها هم استخدام نشوند.
- اولین برداشت‌های شرکت از رزومه کاری شما، تحت تاثیر شهرت فردی که شما را استخدام می‌کند و آنچه که در مورد شما می‌گویند می‌باشد.
- شما نمی‌خواهید که مدیر استخدام رزومه شما را از منابع بسیار زیادی دریافت کند، چون این کار سیگنال‌های اشتباهی را برای فرد استخدام‌کننده ارسال می‌کند. مطمئن شوید که استخدام‌کننده شما را در مورد هر موقعیتی که شرکت قصد دارد به شما توصیه کند، آگاه می‌کند. اگر یک استخدام‌کننده شما را برای نقشی که برای آن مناسب نیستید انتخاب کند، این نشان‌دهنده ضعیف بودن شما در معرفی خودتان است.
- رزومه خود را برای سایر همکاران، طراحان و یا افرادی که دارای مهارت‌های مشابه هستند ارسال کنید، و به آنها اجازه بدهید در صورتی که یک استخدام‌کننده رزومه شما را درخواست کرد، رزومه را برای آنها ارسال کنند. من شخصا به منظور استخدام یک طراح مرتب از رزومه‌ها عبور می‌کنم و زمانی که یکی از استخدام‌کنندگان خوب با من ارتباط برقرار می‌کنند، و فردی را معرفی میکند و قطعا آن مورد را با دقت بیشتری بررسی می‌کنم.
- بسیاری از استخدام‌کننده‌ها ممکن است توسط مصاحبه با شما یک بررسی اولیه انجام دهند، و شما باید این کار را به عنوان یک مصاحبه شغلی جدی بگیرید. هرچه معرفی بهتری از خودتان ارائه دهید، شانس و کارآیی بیشتری در استخدام در نزد یک مدیر خواهید داشت.
- از شبکه خود درخواست کنید شما را به یک استخدام‌کننده خوب معرفی کنند، کسانی که UX را درک می‌کنند (بسیاری از دوستان شما به صورت پیشفرض این کار را نمی‌کنند). بسیاری از استخدام‌کننده‌ها از تماس با فردی که مهارت‌های UX خوبی دارد قدردانی می‌کنند و البته ممکن است نقشه‌ای داشته باشند که در حال حاضر برنامه ریزی آن هستند.
- با استخدام‌کننده در تماس باشید و آن‌ها را "یک دوست در شبکه خود" در نظر بگیرید. آن‌ها را با علایق و تجربیات کاری خود به‌روز نگه دارید، در نتیجه آن‌ها بهتر می‌توانند از شما در مورد موقعیت‌های مناسب حمایت کنند.

- در صورتی که استخدام‌کننده ها از شما بخواهند رزومه خود را دوباره تکمیل کنید یا فرمت دیگری را قرار بدهید، به حرف آنها اعتماد کنید. آنها می دانند مشتریان شما چه می خواهند.

در دسترس باشید

شما می‌توانید با حضور در فضای آنلاین و متصل کردن شبکه مجازی خود به یکدیگر از طریق انجمن‌های حرفه‌ای و پروفایل خود همیشه در دسترس باشید. در اینجا به چند نکته برای ورود شما به محدوده ی قابل دسترس بودن اشاره میکنیم:

به صورت آنلاین حضور داشته باشید

- باشگاه کتاب UX یک جنبش جهانی در حال رشد است، که طراحان به طور منظم برای گفتگو درباره یک کتاب خاص مربوط به UX یکدیگر را ملاقات می کنند. کلوپ‌های کتابخوانی در بسیاری از شهرها فعالیت می‌کنند، اما هیچ فهرست منحصر به فرد و به روز شده ای ندارند، بنابراین سعی کنید یک جستجوی Google را برای منطقه خود انجام دهید. (ما به شما www.uxbook.org را پیشنهاد می دهیم).
- اگر واقعا چیزی برای به اشتراک گذاشتن داشته باشید، برای سخنرانی در رویدادهای UX یا گروه های طراحان پیشنهاد بدهید، این نوع گروه ها همیشه به دنبال سخنرانان جدید هستند.
- گاهی بلیط یک کنفرانس می توانند گران باشند، اما برخی از کنفرانس های بزرگ UX نه تنها به خاطر محتوایی که ارائه می دهند، الهام بخش هستند، بلکه فرصت های شبکه سازی فراوانی را ارائه می دهند. اگر شما به اندازه کافی خوش شانس باشید، می توانید در یکی از این کنفرانس‌های عالی شرکت کنید، حتما با افراد جدید بسیاری آشنا می شوید.
- برای نشست های دوره ای گروه‌های UX در شهر زندگی خود جستجو کنید. از آنجا که تجربه کاربری یک حوزه وسیع است، می توانید واژه‌های تخصصی مربوط به UX مانند معماری اطلاعات، کاربردپذیری، تفکر طراحی، یا hci (تعامل کامپیوتر با انسان) را جستجو کنید.
- خودتان را در شهر که هستید معرفی کنید. این اولین قدم برای تبدیل شدن به قابل اعتماد بودن است.

- در مورد پروژه‌های جانبی خود با افرادی که با آنها آشنا هستید صحبت کنید (به خصوص اگر این پروژه‌های فرعی با هم مرتبط باشند).
- اگر خدمات خود را برای حضور در یک کسب و کار غیر انتفاعی یا محلی داوطلب کرده‌اید، اطمینان حاصل کنید که آنها می‌دانند شما در جستجوی فرصت‌های بیشتری هستید.
- اگر در یک شرکت بزرگ کار می‌کنید و هنوز هیچ گروه متمرکزی در خصوص مهارت‌های شما وجود ندارد، گروهی از طراحان UX را به وجود بیاورید.

به صورت آنلاین در دسترس باشید

۱. یک وبلاگ راه اندازی کنید، تا مهارت‌های خود را به عنوان یک رهبر فکری در حوزه ی تخصصی تجربه کاربری که به آن اشتیاق دارید نشان دهید. حتی می‌توانید به سادگی مطالب جدیدی را که به عنوان یک طراح تجربه کاربری یاد می‌گیرید، مستند کنید.
۲. از رسانه‌های اجتماعی برای اطلاع رسانی این موضوع، که شما در جستجوی نقش طراح تجربه کاربری هستید، به دوستان و همکاران خود استفاده کنید.
۳. با افراد در توییتر تعامل داشته باشید. نه تنها طراحان حرفه ای و صاحب نظر بلکه با افراد دیگری که در مورد UX سوال می‌پرسند.
۴. در انجمن‌های مانند community.uxmastery.com یا ux.stackexchange.com فعال باشید و در پرسش و پاسخ‌ها شرکت کنید.
۵. به فهرست‌های بحث و گفتگو در جوامع حرفه‌ای، مانند فهرست خبرنامه [موسسه ia](http://ia) یا فهرست [مباحث ixda](http://ixda) ملحق شوید.
۶. پروفایل‌های فیس بوک و لینکداین خود را با جزئیات حرفه‌ای کاری تان مرتب کنید.
۷. در یکی از هزاران گروه فعال ux در linkedin، فیس بوک یا Google plus عضو شوید.
۸. از رسانه‌های اجتماعی برای لینک شدن به سازمان‌هایی استفاده کنید که می‌خواهید برای آن‌ها کار کنید، برای مثال در صفحه فیس بوک، توییتر یا سایت linkedin، صفحه کسب و کار آنها را دنبال کنید. بسیاری از سازمان‌ها آگهی‌های شغلی را به صفحات خود در شبکه‌های اجتماعی ارسال می‌کنند.

به یک انجمن حرفه‌ای بپیوندید

علاوه بر به اشتراک گذاشتن تجربیات خوب و بد و به اشتراک گذاری بهترین تجارب، جامعه‌ای از افراد دارای ذهنیت بسیار مفید به شما کمک می‌کنند تا آموزش ببینید، بزرگ شوید و پرشور و پر انرژی باقی بمانید. جوامع حرفه‌ای که برای پیشرفت در زمینه خاصی تمرکز می‌کنند، اغلب مزایا و فرصت‌هایی را برای اعضاء خود فراهم می‌کنند. مواردی مانند اطلاع از فرصت‌های شغلی، کدهای تخفیف یا مربیگری رسمی.

مطرح‌ترین انجمن‌های مربوط به تجربه کاربری عبارتند از:

- انجمن طراحی تعاملی (ixda)، که ۱۵۲ گروه در سراسر جهان دارد: ixda.org
- انجمن حرفه‌ای تجربه کاربری (uxpa) دارای پنجاه شعبه در سراسر جهان است: uxpa.org
- در استرالیا، جامعه فاکتورهای انسانی و جامعه ارگونومی استرالیا (hfesa) یک گروه ویژه‌ای به نام chisig را پایه‌گذاری کرده‌اند که بر تعامل کامپیوتر و انسان متمرکز است: ergonomics.org.au
- موسسه معماری اطلاعات: iainstitute.org
- aiga (که قبلاً یک موسسه هنری گرافیک در آمریکای بود) به تازگی شروع به خدمات‌دهی به علاقه‌مندان تجربه کاربری کرده است: aiga.org

اگر گروهی برای انجمن حرفه‌ای مورد علاقه خودتان در منطقه‌ای که زندگی می‌کنید وجود نداشته باشند، اغلب این جوامع از شما برای راه‌اندازی یک گروه محلی پشتیبانی می‌کنند.



نام خودتان را گوگل کنید!

حتما این کار را انجام دهید و نام خودتان را در گوگل جستجو کنید، مردم قبل از اینکه به شما مراجعه کنند یا شما را به یک مصاحبه دعوت کنند، حتما این کار را انجام خواهند داد. یک بررسی کلی از فیس بوک، flickr، linkedin، وبلاگ و هر جایی که حضور آنلاین دیگری در طول سال‌ها انباشته کرده‌اید را انجام دهید تا مطمئن شوید که آنچه مردم هنگام جستجو برای نام شما پیدا می‌کنند، دقیقا همان چیزی است که شما می‌خواهید آن‌ها ببینند.



به آگهی‌های شغلی آنلاین زیاد دقت نکنید!

آگهی‌های شغلی، مانند نوک کوه یخی برای ایجاد شغل هستند، و آن‌ها به دلیل روش تبلیغات خود، بهترین راه برای استخدام افراد هستند. اما آگهی‌ها استخدام طراح UX شایستگی نزدیک شدن به پایین لیست منابع شغلی UX را دارند. زیرا بسیاری از آگهی‌های استخدام شغلی، چاپی و آنلاین، بر مهارت‌ها و یا تجربیات خاصی اشاره می‌کنند که نشان می‌دهد نویسنده آگهی به طور کامل از آنچه که طراح تجربه کاربری باید انجام بدهد، اطلاعاتی ندارد. و برخی دیگر نقش‌های UI و UX را اشتباه می‌گیرند، و یا یک ترکیبی غیر واقعی از این دو را می‌خواهند.

چهار نکته برای درست کردن شخصیتی قابل تحمل از خودتان

- **یکپارچگی داشته باشید:** قابل اطمینان و قابل اعتماد باشید. به قول خود عمل کنید، کار خود را در زمان مشخص تحویل دهید و یا به سادگی آنچه را که می‌گویید انجام دهید. تماس‌ها را پاسخ بدهید، خدمات بی‌عیب و نقص ارائه کنید. و به جای دور زدن مشکلات، به حل آنها کمک کنید.
- **دوست داشتنی باشید:** یک رویکرد "خدمات مشتری" را به هویت شخصی خود اعمال کنید، بنابراین تجربه کاربر از "شما" باید برای دیگران خوب باشد. این به معنای علاقه‌مند بودن به کاری است که دیگران انجام می‌دهند، به جای دیدن آن‌ها به عنوان یک دروازه برای یک فرصت جدید؛ نگرشی مثبت داشته باشید و به آنها بگویید: "خواهش می‌کنم و از شما متشکرم." با دیگران دوست بشوید.
- **قبل از اینکه سوالی پرسیده شود، پیشنهاد دهید:** در یک رابطه سالم، چیزهای خوب هر دو روش را طی می‌کنند. به جای آنکه تنها چیزی را که نیاز دارید، به دست آورید، برای کمک کردن به دیگران خود را آماده کنید. حتی بدون این که انتظار یک اقدام متقابل را داشته باشید.
- **با افراد در تماس باشید:** شما با این عبارت آشنا هستید: "از دل برود هر آنکه از دیده برفت"^۷. زمانی که اطلاعات شما (تماس و نمونه کارها) به طور قابل توجهی تغییر می‌کند، برای افرادی که مدتی است آنها را ندیده اید برنامه‌ریزی کنید و طی یک زمانبندی مشخص به مخاطبین خود ایمیل بزنید و یا پیام ارسال کنید. به جای اینکه از محتوایی خشک و رسمی استفاده کنید "این‌ها جزئیات جدید من هستند"، کمی تلاش کنید تا این ایمیل را سرگرم کننده و جالب طراحی کنید - زیرا بسیار بیشتر محتمل است که این ایمیل خوانده شود!

ارتباطات خود را حفظ کنید

با سرمایه‌گذاری بیشتر در ایجاد ارتباطات و مطلع بودم از رویدادهای درون شبکه خودتان، شما می‌توانید ارزش شبکه‌ای که ساختید را حفظ کنید. در جمع‌آوری تعداد افراد جدید به کیفیت و ارزشی که افراد دارند فکر کنید، نه کمیت آنها.

^۷ out of sight, out of mind

در اینجا به چهار نکته برای حفظ شبکه شما اشاره می‌کنیم:

- ۱. افراد را اولویت بندی کنید:** نمی‌توانید، و نباید، به طور مداوم با هر کسی که قبلاً دیده اید، ملاقات کنید. زیرا همه افراد تاثیر مثبتی بر روی شبکه شما نمی‌گذارند! من توصیه می‌کنم لیستی از افرادی که برای چشم انداز شما ارزش قائل هستید را نگاه دارید، چه فردی را دوست دارید بهتر بشناسید، یا شرکت هایی که از کار و مهارت آنها لذت می‌برید. آنها را در یک لیست اولویت بندی کنید و شبکه سازی خود را توسط آنها آغاز کنید، ارتباطات را در تقویم خود برنامه ریزی کنید تا به خودتان یادآوری کنید که بر چه پایه و اساسی باید به پیش بروید. با استفاده از لینک های خوب و بدی که نیازمند رشد در شبکه برای مطابقت با تغییرات شغلی شما هستند، در طول عمر روابط تعادل برقرار کنید.
- ۲. ارتباطات خود را برنامه ریزی کنید:** رزرو کردن زمان و در واقع برنامه ریزی یک قرار ملاقات منظم با افراد، آن را بسیار واقعی تر می‌کند تا اینکه به صورت تصادفی اتفاق بیفتد. ارتباط مجدد با افراد مهم، با تماس گرفتن و ترتیب دادن یک قرار حضوری می‌تواند رخ بدهد. شما همیشه به دلیل خاصی نیاز ندارید تا با افراد در تماس باشید و ببینید که چگونه آنها با شما ارتباط می‌گیرند.
- ۳. به خودتان یادآوری کنید که چرا یک فرد خاص برای شما مهم است:** یادداشت های خود را در دفترچه یادداشت و یا پشت کارت ویزیت ها در مورد خانواده آنها، شغل ها، سرگرمی ها و نیازهای آنها ثبت و نگهداری کنید. اگر حافظه تصویری خوبی داشته باشید، داشتن این نوع اطلاعات یک روش خوب برای حفظ چیزهای مهم در مورد این افراد در ذهن شما، برای کمک به جریان مکالمه در زمان ملاقات بعدی است.
- ۴. به دنبال راههایی بگردید که موجب پیشرفت شبکه شما می‌شود:** زمان و تلاش خود را صرف پرورش روابط کنید، به افراد درون شبکه خود درباره هدایت و ارتباط افراد با نیازهای سازگار بگویید. مقالات مرتبط با افراد را مطرح کنید و در شبکه های اجتماعی به اشتراک بگذارید، از آنها و خانواده آنها سوال کنید، یک پیام تبریک برایشان ارسال کنید و اطمینان حاصل کنید که در زمان نیاز به کمک، شما در دسترس هستید. این باعث می‌شود ارتباطات شما به یک شبکه قوی تبدیل شود، در نتیجه شما می‌توانید در آینده برای پشتیبانی، ایده ها و پیشنهادها به آن تکیه کنید.



آیا برای شبکه سازی به کمک نیاز دارید؟

با پیوستن به انجمن uxmastery در community.uxmastery.com کار خود را آغاز کنید. تیم uxmastery در هر روز شبکه را چک می‌کند و جامعه شامل دسته‌ای از طراحان، طراحان ارشد، و تازه واردها در زمینه تجربه کاربری است.

اشتباهاتی که در شبکه سازی باید از آن جلوگیری کنید

۱. **ساخت روابط یک طرفه:** اگر به طور ظالمانه ای از افراد درون شبکه سوءاستفاده کنید، از آنها اطلاعات بگیرید اما نه به حرف های آنها گوش بدهید و نه پاسخی بدهید، این رفتار موجب از بین رفتن شبکه شما خواهد کرد.
۲. **گیج کردن افراد در مورد آنچه که می‌خواهید:** اگر مشخص نباشد دقیقا چه چیزی می‌خواهید، برای همه افراد دشوار است که به شما کمک کنند. اگر به دنبال کار می‌گردید، نوع نقش، بخش، اندازه شرکت و مکانی که به دنبالش هستید را توضیح دهید.
۳. **رسمی و تلخ بودن در آشنایی اولیه را کنار بگذارید:** بسیاری از مردم دارای نقاط ضعف هستند، بنابراین اگر شما خوش شانس باشید که با کسی ملاقات کوتاهی داشته باشید، به سرعت به نقاط منفی شخص اشاره نکنید و جزئیات کوچک و غیر قابل توجه را به آسانی فراموش کنید. چند جمله آماده کنید که شرح دقیقی از اینکه چه کسی هستید را ارائه کند، با اطلاعاتی که ممکن است برای دیگران جالب باشد. هدف این است که یک مکالمه متقابل داشته باشید نه یک سخنرانی.
۴. **اجتناب از درخواست کمک گرفتن:** عادی است که از کسی درخواست کمک کنید و نباید خجالت‌زده شوید. شاید ترس شما به این دلیل است که نگران رد شدن در خواست خود

هستید. تجربه من این است که اکثر مردم با معرفی شما به شخص دیگری، یا با ارائه مشاوره به شما، اغلب خوشحال می‌شوند.



مهارت‌های ارتباطی خود را بهبود بخشید

به همان سادگی که ارتباط می‌تواند خیلی ساده به نظر برسد، امکان دارد چیزی که ما سعی می‌کنیم با آن ارتباط برقرار کنیم، مورد سوء تفاهم قرار بگیرد. اگر مهارت‌های زبان بدن و مهارت‌های شنودگی خود را توسعه بدهید، عملکرد بهتری خواهید داشت و به طور واضح و روشن افکار خود را بیان خواهید کرد.

کتاب بسیار معتبر و خوبی در باب هنر گفتمان مدرن، به نام "[هنر گفتگو](#)" نوشته کاترین بلیک وجود دارد که پیشنهاد می‌کنم حتماً آن را مطالعه کنید.

برای رویدادهای شبکه سازی پیش‌رو، یک فهرست تهیه کنید

- **کارت ویزیت کسب‌وکارهای مورد نظر خود را جمع کنید:** بله، کارت ویزیت‌ها هنوز هم از نظر فرهنگی مناسب هستند، حداقل در حلقه‌های ارتباطی من. یک کارت را برای ux mastery دارم، یکی برای شرکت مشاوره‌ای که من در آنجا کار می‌کنم، و اغلب به دنبال گرفتن برخی از کارت‌های شخصی افراد و دادن کارت با شماره موبایل و نام خودم به آن‌ها هستم. اگر هیچ کارت ویزیتی ندارید، به صورت حرفه‌ای پرینت بگیرید. خدمات آنلاین زیادی وجود دارد که در عرض یک هفته کارت را طراحی، چاپ و به منزل شما ارسال می‌کنند!
- **یک هدف تعیین کنید:** اگر یک اتاق پر از غریبه‌ها را به من نشان بدهید، تمایل طبیعی من این است که فرار کنم و یا کار بهتری برای انجام دادن پیدا کنم. برای منصرف کردن خودم از انجام این کار، هدفی را مشخص می‌کنم، اینکه کارت ویزیت‌های زیبا و حرفه‌ای خودم را به تعدادی از افراد حاضر در اتاق بدهم و کارم را معرفی کنم (۱۰ نفر یک عدد خوب است) و من

به خودم اجازه نمی‌دهم تا زمانی که تعداد مشخصی از ارتباطات را ایجاد نکرده‌ام، اتاق را ترک کنم.

□ **شیوه معرفی خود را در شبکه سازی اصلاح کنید:** معرفی در شبکه سازی مانند تبلیغ آسانسوری است، اما حتی کوتاه‌تر: یک تصویر فوری و مختصر از اینکه چه کسی هستید، چه کار می‌کنید و چرا در این رویداد هستید. به رسیدن به زیر ۱۰ ثانیه فکر کنید. برای مثال من خودم را اینگونه معرفی می‌کنم: "سلام، من لوکا هستم، من یک وب سایت به نام ux mastery راه اندازی کرده‌ام که نکات، ابزار و آموزش‌هایی را برای طراحان تجربه کاربری فراهم می‌کند. من بعداً در مورد این که چگونه کار خودمان را در UX شروع کنیم با شما صحبت می‌کنم." خود را به سادگی معرفی کنید، و آن را با بزرگ‌نمایی خراب نکنید.

□ **به افرادی که ملاقات می‌کنید، علاقه مند باشید:** با هر کسی که دیدار خواهید کرد، در زندگی خود چیزهای جالبی انجام داده است، و حتی اکثر افراد در هفته گذشته چیزی شگفت‌انگیز را تجربه کرده‌اند. اما فکر نمی‌کنم که لازم باشد به آن اشاره کنید. از برخی افراد سوالات مودبانه بپرسید و ببینید که چه چیزهایی را یاد می‌گیرید، مردم از علاقه شما قدردانی می‌کنند.

□ **در مورد افراد یک داستان هیجان‌انگیز پیدا کنید:** اگر شما این قدر در صحبت درباره ایده یک شخص دیگر غرق شده‌اید که فراموش کرده‌اید که همه چیز را در مورد خودتان به آن‌ها بگویید، مهم نیست. در مورد یک ایده جالب درباره کار خودتان صحبت کنید تا هیجان‌زده شوند. البته کمتر صحبت کردن نیز همیشه چیز بدی نیست. گاهی اوقات افراد آن را جذاب می‌یابند، فقط به یاد داشته باشید که در اولین ملاقات کاملاً ساکت و بی‌روح نباشید و یا اینقدر پرشور و پرهیاهو که فرصتی برای صحبت کردن دیگران باقی نگذارید. علاوه بر این، شما معمولاً فرصت دیگری برای توضیح دادن کاری که می‌کنید، پیدا خواهید کرد. پس از گفتگو لذت ببرید و ببینید مکالمه شما به کجا می‌رسد.

□ **با افراد در تماس باشید:** تصور نکنید که فقط به دلیل دادن کارت ویزیت خود به دست دیگران، باید با آنها هم صحبت بشوید. اگر به خصوص تمایل به حفظ ارتباط با آن فرد را دارید، متوجه شوید که آیا فرد تلفن و یا ایمیل را ترجیح می‌دهد و با استفاده از قانون ۲۴ / ۷ / ۳۰ در دسترس باشید و ارتباط خود را پیگیری کنید. دوباره در عرض ۲۴ ساعت به معرفی مجدد خود ادامه دهید (شاید با ارسال یک لینک از مقاله‌ای که ممکن است به آن علاقمند باشند و یا ارسال کاتالوگ معرفی خدمات شما) و سپس سریعاً یک قرار ملاقات را در عرض یک ماه ترتیب دهید.



اگر نام شخصی را فراموش کردید.....

این اتفاق نه تنها در شبکه سازی بلکه برای هر موقعیت اجتماعی نیز ممکن است اتفاق بیافتد. از این عبارت استفاده کنید، "من مطمئنم که شما مرا به یاد نخواهید داشت، من [نام شما] هستم". در ۹۰٪ شرایط، آن‌ها با نام خودشان پاسخ خواهند داد و شما از این مشکل رها خواهید شد.

در شبکه اجتماعی linkedin فعال باشید

پروفایل linkedin را فراموش نکنید و می توانید هنوز هم از آن انتظار داشته باشید که به نفع شما عمل کند. خودتان را به صورت حرفه‌ای معرفی کنید:

- مطمئن شوید برای **عکس پروفایلتان**، یک عکس از خودتان با ژست خوب، چشمان باز و لبخند انتخاب کرده اید. مردم نسبت به ظاهر شما کمتر اهمیت می‌دهند و بیشتر به انرژی که از خود ساطع می‌کنید دقت می‌کنند.
- **در نظر بگیرید که وضعیت linkedin خود را هر از گاهی بروز رسانی کنید**، هر چند روز وضعیت خود را با اخباری درباره یکی از همکاران خود تغییر دهید، یا پیوندی به یک مقاله مطرح که خوانده‌اید، این کارها نشان می‌دهد که شما فعال و پیگیر هستید.
- **با افراد ارتباط برقرار کنید، اما به کیفیت لینک های خود فکر کنید نه کمیت آن**. داشتن ۵۰۰+ دوست، ارزش کمتری نسبت به دوستی با افراد مناسب را دارد؛ اگر چه ارتباط با افراد مناسب بدون هیچ گونه رابطه معنی داری قطعا بی‌فایده است.
- دقت کنید که خلاصه‌ای از معرفی خودتان را در صفحه پروفایلتان نوشته باشید. و در رزومه فعالیت‌های خود همه پروژه ها و حتی کارهای داوطلبانه را لیست کنید.
- در linkedin، به گروه‌های مربوط به UX و دیگر گروه ها که به آن علاقه‌مند هستید ملحق شوید.

اتصال به افراد و شبکه سازی، به هر دو صورت آنلاین و آفلاین، بسیار مهم است و موجب می شود که از بهترین فرصت‌های شغلی مطلع شوید، به هر دو نوع شبکه سازی در ابتدای کار خود بسیار دقت کنید. همچنین شبکه سازی بهترین راه برای یافتن یک منتور^۱ یا مربی است، که این موضوع آخرین قطعه از پازلی است که ما آن را بررسی خواهیم کرد.

سوال هایی که باید از خودتان بپرسید :

۱. در چه صورتی می‌توانید بدون اینکه به آن پی ببرید، با افراد ارتباط برقرار کنید؟
۲. آیا پروفایل شما مرتب است، و رزومه خود را در آنجا قرار داده اید؟ آیا همه نمونه کارهای خود را به صورت آنلاین در پروفایل linkedin خود قرار داده اید؟
۳. آیا می‌دانید که چه کسی می‌تواند به شما کمک کند تا اگر به دنبال کار UX هستید، بتوانید آن را به دست آورید؟

خلاصه فصل ۴ : شبکه سازی کنید.

- شبکه سازی بهترین راه برای یافتن شغل است.
- پروفایل خود را بسازید و خودتان را در دسترس قرار دهید.
- شبکه خود را بسازید.
- شبکه خود را حفظ کنید.
- در شبکه های اجتماعی مانند linkedin فعال باشند.

^۱ mentor



فصل ۵: برای خودتان یک مربی پیدا کنید.

مسلح کردن خودتان با دانش، تجربه، ابزار و یک شبکه پر رونق به شما قدرت عظیمی می‌دهد، اما چطور می‌توانید این پتانسیل را مهار کنید؟ هدفمند حرکت کردن، تشویق شدن و حمایت از سمت یک طراح ارشد که مسیری مشابه شما را قبلاً طی کرده، برای شغل شما ضروری است.

در این فصل ما به بررسی این موارد خواهیم پرداخت :

- اهمیت یک مربی در تجربه کاربری
- پیدا کردن یک مربی
- با مربی خود کار کنید
- روزی که حرفه ای خواهید شد!

اهمیت یک مربی در تجربه کاربری

در اینجا پنج دلیل وجود دارد که چرا داشتن یک مربی برای توسعه شغل UX شما مهم است :

۱. یادگیری مهارت ها توسط مطالعه و خواندن کتاب دشوار است: همانطور که در فصل خود

ارزیابی، در اینباره بحث کردیم، بیشتر کارها در تجربه کاربری نیازمند مهارت هستند، توانایی شما برای برقراری ارتباط، همکاری، گوش دادن و متقاعد کردن موثر همکاران و مشتریان. این مهارت ها به طور گسترده ای در داخل و خارج از محیط کار قابل استفاده هستند، اما شما نمی توانید همه آنها را در یک کتاب یاد بگیرید. در حالی که در طراحی تجربه کاربری در اولین پروژه هایمان، ما برای ساخت یک معیار و یک نقطه شروع برای جلب اعتماد کاربران و ایجاد سازگاری تلاش می کنیم، بدون داشتن مهارت و تجربه کافی راه بسیار دشواری را در پیش خواهیم داشت. مربی شما مهارت هایی که در شرایط خاص به کار می روند را درک خواهد کرد و می تواند شما را در توسعه و بهبود آنها هدایت کند.

۲. یک مربی می تواند شما را از اینکه به دور خود بچرخید و سردرگم شوید نجات بدهد: در

بلند مدت، قرار گرفتن در معرض چندین پروژه، تجربه ارزشمندی به شما خواهد داد، اما اگر تلاش کنید که مهارت های خود را صرفاً بر اساس کسب تجربه گسترش دهید، شما ریسک اختراع مجدد چرخ را تجربه می کنید. به جای یادگیری در خلاء، به دنبال بازخورد شخصی، از یک مربی که شما را به خوبی می شناسد باشید. یک مربی تجربه و سطح تخصص بالاتری دارد، و می تواند ببیند که شما دقیقاً چه کار دارید می کنید.

۳. یک مربی، پیشنهاداتی عینی را ارائه می دهد: مربیان باتجربه می توانند با در اختیار

قرار دادن اطلاعات باارزش و واقعی به شما کمک کنند. با توضیح مسئله ای که با آن

مواجه هستید، آن‌ها می‌توانند شما را در مسیر درست هدایت کنند و با مشاوره در مورد کارتان، تصمیمات، ایده‌ها، مدیریت، رهبری، یا دیگر مهارت‌های کسب‌وکار به شما بازخورد خوبی بدهند.

۴. یک مربی می‌تواند افراد کلیدی را به شما معرفی کند: یک مربی خوب افرادی کلیدی حوزه تجربه کاربری را می‌شناسد، و می‌تواند برای معرفی شما با ارزش باشد؛ برای هر دو مورد: شغل و یا پروژه (البته اگر فریلنسر هستید). من تعداد کمی از پروژه‌ها را از طریق مربی ام دریافت کرده‌ام، و من هم افرادی را برای آموزش به او معرفی کرده‌ام، پس این یک ارتباط با ارزش دو طرفه است که هر دو روش را طی می‌کند (شغل، پروژه). همچنین این نیز عالی است که یک مربی مطرح را برای شرکت در کنفرانس‌ها و برگزاری مراسم با خود همراه داشته باشید.

۵. یک مربی می‌تواند به شما مشاوره بدهد: یک مربی خوب کسی است که در حوزه کاری شما فعالیت میکند. این به این معنی است که آن‌ها بهتر از هر کسی می‌توانند شما را به سمت صحیح هدایت کنند. در نتیجه شما با اطمینان زیادی به فعالیت خودتان ادامه می‌دهید. به طور خاص، آن‌ها می‌توانند شما را تشویق کنند که از کارهای راحت، روزمره و تکراری خود بیرون بروید و به یک نقطه عطف برسید. مشاوره مربی به شما کمک می‌کند تا از خود راضی بودن در مورد پروژه‌های آسان خودداری کنید.



برای داشتن یک مربی چقدر باید هزینه پرداخت کنید؟

بهترین مربیان تجربه کاربری به صورت رایگان به شما کمک خواهند کرد. اما چرا این قدر سخاوتمند؟ در واقع، آن‌ها زمانی که ببینند از کمک آنها رضایت فراوانی دارید و در حال پیشرفت هستید با شما تسویه حساب می‌کنند. و اگر شما آمادگی خوبی داشته باشید، مربیان ممکن است پروژه‌هایی را به شما پیشنهاد بدهند. انگیزه یک مربی برای حمایت از شما، برای این نیست که از طریق شما پروژه انجام بدهد و درآمد کسب کند؛ این یک فرصت برای افرادی است که در خود پتانسیل یک مربی برتر بودن را می‌توانند ببینند. با این حال، مربی بودن احساس آرامش به وجود می‌آورد (دلیلی که شاید خیلی با ارزش تر از چیزهای مادی باشد) و مربیان می‌دانند که کمک می‌کنند تا دنیا را به مکانی بهتر تبدیل کنند.

اهداف خود را از دریافت مشاوره تعیین کنید

با مربی به اهداف خود نگاه کنید و اگر در جهت درست حرکت نمی‌کنید، تغییرات لازم را انجام دهید. آن‌ها به شما در شناسایی و رفع موانع پیش از بوجود آمدنشان کمک خواهند کرد. مربیان می‌توانند به شما در غلبه بر عدم داشتن دانش کافی، کمبود مهارت‌ها و عدم اعتماد به نفس کمک کنند.

تفاوت بین یک منتور و یک معلم

در یک رابطه آموزشی، معلم دستور کار را می‌دهد، در حالی که در یک رابطه مربیگری شما کسی هستید که جهت حرکت را تعیین می‌کند. شما می‌توانید بیش از یک مربی داشته باشید تا از یادگیری مهارت‌های مختلف بهره‌مند شوید، اما به یاد داشته باشید که مربیگری کار دشواری برای هر دو طرف بوده (منتور و فردی که مشاوره می‌گردد) و نیازمند توجه است.

" من شخصاً همیشه آماده ی چیز یاد گرفتن هستم، هر چند همیشه هم دوست ندارم به من چیزی یاد بدهند."

وینستون چرچیل

پیدا کردن یک مربی

در تمامی موارد به شما بستگی دارد که رابطه را آغاز کنید، و این شما هستید که باید به سراغ یک مربی بروید. باید بدانید که اهداف شخصی تان چه هستند، و چگونه می توانید تجربه ای را که دوست دارید داشته باشید، مشخص کنید؟ انتظار نداشته باشید که اولین مربی که با آن تماس می گیرید فرد مناسبی باشد.

یک مربی خوب باید ویژگی های زیر را داشته باشد:

۱. تجربه کافی
۲. اعتماد به توانایی های فردی
۳. تمایل برای به اشتراک گذاری مهارت ها، دانش و تجربه خود
۴. کمک به دیگران برای رشد و ارائه مسیر موفقیت
۵. توانایی ارائه بازخورد سازنده، تشویق و حمایت
۶. مهارت های شنیداری خوب، مربیان خوشحال خواهند شد که اجازه بدهند شما کار را انجام دهید، و بازخورد های شما را بشنوند.
۷. آمادگی برای بیرون آوردن شما از کارهای راحت، روزمره و تکراری، بدون اینکه موجب عقبگرد شما بشوند.

اگر با افرادی که دارای مهارت‌ها و رویکردی مناسبی برای شما هستند ملاقات داشته باشید، پتانسیل برای مشاوره گرفتن از آنها در شما ایجاد میشود، و هیچ دلیل منطقی وجود ندارد که نتوانید از چندین مربی به طور همزمان مشاوره بگیرید. فقط مراقب زمان و انرژی لازم برای دریافت بیش از یک مشاوره در یک بازه زمانی باشید، همچنین به خاطر داشته باشید که لازم نیست بیش از حد برای یافتن "مربی" نگران باشید.

پیشنهاد مکان هایی برای شروع جستجوی شما

مربی ایده‌آل شما ممکن است خیلی به شما نزدیک باشد، و یا حتی خیلی دور و در یک کشور دیگر! در اینجا به ایده‌هایی برای شروع یک مکالمه در جهت ایجاد رابطه مربیگری اشاره می‌کنیم:

- در محل کار خودتان
- در یک کنفرانس
- در یک رویداد محلی
- برخی از بخش‌های برنامه مربیگری در رویداد های رسمی IxDA: وب سایت [ixda](#) را چک کنید تا ببینید آیا یک رویداد محلی در نزدیکی شماست یا خیر و آیا ممکن است در حال اجرای رویدادهای مربیگری باشند؟
- بررسی برنامه های رسمی مربیگری [موسسه ia](#).
- موسسه ای به نام upa که اخیرا به [Uxpa](#) تغییر نام داده و به عنوان یک انجمن، در زمینه گسترش و رشد مربیگری، فعالیت می‌کند.
- در شبکه های اجتماعی: با دیگران در جامعه در توییتر، فیس بوک، meetup، linkedin، یا دیگر جوامع آنلاین صحبت کنید و به دنبال افراد حرفه‌ای در شهر خودتان که آنها را

می‌شناسید باشید. بسیاری از این افراد در حال حاضر تعداد کمی از این گروه‌ها را به وجود آورده‌اند، در زمینه طراحی تجربه کاربری فعالیت می‌کنند و از پشتیبانی مداوم نیز برخوردار هستند. همچنین در این گروه‌ها می‌توانید افرادی که می‌خواهند از یکدیگر حمایت کنند را پیدا کنید.

- **شرکت در رویدادهای دوره‌های طراحی:** می‌توانید در این رویدادهای یک یا دو ساعته شرکت کنید. شبکه‌سازی کنید و با هر فرد ۵ دقیقه صحبت کنید تا متوجه شوید که آیا او می‌تواند یک مربی خوب برای شما باشد.

در هنگام تحقیقات برای نوشتن این کتاب، ما با "مریدف نوبل"^۱ مصاحبه‌ای انجام دادیم و در رویدادی که در شهر تورنتو کانادا برای طراحی تجربه کاربری برگزار میشد، میزبان او بودیم. (شما می‌توانید مکالمه کامل ما را با او در ضمیمه A بخوانید).

"من اکنون میدانم که برای یک قرارداد مربیگری، هر دو طرف، مربی و طراح باید به این همکاری علاقه‌مند باشند. آن‌ها نیاز دارند با یکدیگر موضوع همکاری را دوست داشته باشند و باید طرز فکر یکدیگر را در مورد چیزهای مختلف بپذیرند. شما نمی‌توانید آنها را به زور وادار به کاری کنید، و من فکر می‌کنم که اگر بخواهیم طرفین برای مدتی طولانی به همکاری با یکدیگر مشتاق باشند، استفاده از ساختارهای رسمی مثل موسسه IxDA چندان سازنده نیست."

^۱ meredith noble

چریل ساندبرگ، یک از مدیر عاملان فیس بوک، از یک رویکرد بسیار مشابه به مربیگری در کتابش "[زنان، کار و اراده برای رهبری](#)"^۲ سخن می گوید:

"اگر از کسی این سوال را بپرسید "آیا شما مربی من می شوید؟"، احتمالا جواب او منفی است. وقتی فردی مربی درستی را پیدا کند، جواب او واضح است (در واقع نحوه پاسخ مربی در تعاملات با طراح می باشد) تعقیب و یا مجبور کردن برای ارتباط با مربیان به ندرت جواب میدهد، و در عین حال من می بینم که زنان همیشه این کار را انجام می دهند."



آیا مدیر شما می تواند مربی شما باشد؟

اگر مربی شما رئیس شما باشد، اهداف شما ممکن است با کاری که انجام می دهید مطابقت نداشته باشند. جهان بینی محدود مدیران به دلیل اهداف شرکت، ممکن است به شما بسط پیدا نکند (برای مثال، اهداف مبتنی بر عملکرد که خواسته اکثر مدیران می باشد، ممکن است با بخشی از فعالیت های شما تضاد داشته باشد. شاید یک مدیر توقع داشته باشد شما کل روز را در تکاپو باشید در حالی که قسمتی از فعالیت های شما تفکر در مورد روند طراحی است). همچنین زمانی که برای حرکت به سمت شغل بعدی نیاز به مشاوره دارید، مدیران پتانسیل عجیبی برای متوقف کردن شما دارند!

^۲ Lean In: Women, Work, and the Will to Lead

یک رویکرد رسمی

مشاوره هایی که از طریق انجمن های حرفه ای ارائه می شوند بیشتر به صورت رسمی و قراردادی هستند. در این موارد ایجاد یک "قرارداد" بین مربی و طراح به منظور حصول اطمینان از موثر بودن همکاری و هدایت مربیگری در دید هر دوطرف، محترم و ارزشمند است.

در ادامه به لیستی از مواردی که باید در قراردادهای مربیگری به آنها دقت کنیم اشاره میکنیم:

- اطلاعات حقیقی قرارداد را تنظیم کنید: چه کسی، چگونه، و در چه محلی.
- در مورد فرصت ها و تهدیدهای خود صحبت کنید: هم برای مربی و هم برای طراح.
- تصمیم بگیرید که چه زمانی و کجا و به چه روشی (آنلاین، آفلاین) باید ارتباط برقرار کنید.
- در مورد در دسترس بودن، تکرار، و طول زمان جلسه ها بحث و تبادل نظر داشته باشید.
- مرزهای خود را، هم برای مربی و هم برای طراح تعیین کنید.
- درباره فرآیندها و قوانین تصمیم گیری کنید.
- درباره اهداف طراح هم به صورت کلی و هم به طور خاص بحث و تبادل نظر کنید.
- تصمیم بگیرید که چگونه اهداف و نتایج مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

به خاطر داشته باشید:

- **کارهایی که مربی باید انجام دهد:** پشتیبانی؛ مشاوره؛ ملاقات، طبق توافق انجام شده؛ گوش دادن؛ پرسیدن سوالات سخت؛ ارائه بازخورد.
- **کارهایی که مربی نباید انجام دهد:** ۷ روز هفته، ۲۴ ساعته در دسترس باشد! دنبال کردن شما؛ پاسخ دادن به همه سوالات شما؛ تضمین کردن اینکه شما بازخوردی را که ارائه میدهد دوست خواهید داشت!
- **کارهایی که مربی میتواند انجام دهد:** ارائه یک سری راه حل ها، معرفی شما به افراد و اشاره به بعضی از نکات؛ به شما در یادگیری کمک کند؛ به شما کمک کند تا اهداف را شناسایی کنید.

- **کارهایی که مربی نمی‌تواند انجام دهد:** حل مسائل برای شما؛ همه چیز را به شما آموزش دهد؛ شما را وادار کند تا کاری را انجام دهید؛ بجای شما آموزش ببیند!

اگر تصمیم گرفتید که یک قرارداد رسمی مربیگری را دنبال کنید، وب سایت uxpa [یک نمونه قرارداد کاربردی](#) را برای شما ارائه کرده و می‌توانید آن را بررسی کنید.

مقاله عالی مریدف نوبل: "[آیا شما مربی من خواهید شد؟](#)" توصیه‌هایی عملی برای طراحان تجربه کاربری در مراحل اولیه یک رابطه مربیگری را فراهم می‌کند. او آنقدر دوست داشتنی است که به ما اجازه داده در اینجا بخشی از مقاله را برای شما قرار دهیم (متشکریم خانم نوبل عزیز!):

توصیه من این است: یک فرایند را شروع کنید (همکاری با مربی)، و تا زمانی که به طور بالقوه به چیزی دیگر تبدیل شود آن را حفظ کنید. اگر علاقه‌مند هستید از کسی چیزی یاد بگیرید، عالی است! به افراد نزدیک شوید و از آن‌ها بپرسید: آیا میتوانم شما را به صرف یک قهوه دعوت کنم؟ (یا به صورت آنلاین ملاقاتی داشته باشیم) تا درباره موضوعی صحبت کنیم؟

به همین راحتی، به همین سادگی. بهتر است به یک موضوع خاص اشاره کنید تا مربی به صورت بالقوه بتواند تصمیم‌گیری کند که آیا اطلاعات با ارزشی برای به اشتراک گذاری با شما دارند یا نه. زمانی که یکدیگر را ملاقات و شروع به آشنا شدن با یکدیگر کردید، این زمانی است که می‌توانید تصمیم بگیرید که آیا این کسی است که با شما هم عقیده باشد، و شما دوباره بخواهید با او تماس بگیرید.

اما صبر کنید - این به این معنا نیست که شما از آن‌ها در پایان جلسه درخواست کنید که مربی شما باشند! این همان جایی است که شما واکنش مربی خود را اندازه‌گیری می‌کنید. از آن‌ها بپرسید که آیا ممکن است جلسه ملاقات با شما را زمانی دیگر و دوباره انجام دهند.

اگر پاسخ مربی بله است، واقعا فوق‌العاده است. این به این معنی است که شما باید یک یادداشت را در مغز خود ثبت کنید که به شما می‌گوید، " این جلسه واقعا مفید بوده، و مربی من را تایید کرده! شاید بعدا که نیاز به کمک داشته باشم با او تماس بگیرم".

در واقع در این نقطه از ارتباط‌ها نیازی به یک قرارداد رسمی نیست. در حقیقت، استدلال من این است که امکان دارد هرگز نیازی به رسمی کردن این سبک جلسه‌های مشاوره وجود نداشته باشد. تا زمانی درمورد شخصی که از او درخواست مشاوره کرده اید، مطمئن نشده اید و نمی‌دانید که آیا مایل به ادامه دادن جلسات است یا خیر، نیازی به نوشتن یک قرارداد مشاوره با او ندارید.

واقعیت این است که اگر شما به طور مرتب از این فرد درخواست مشاوره کنید، به صورت دوره‌ای به سمت شغل خود حرکت خواهید کرد و در طول زمان می‌توانید بر روی یک همکاری حرفه‌ای سرمایه‌گذاری کنید: آن شخص به هر حال مربی شما است. هر چه بیشتر به او نزدیک شوید، فرد بیشتر مایل به سرمایه‌گذاری خواهد بود. در اینجا منظور از سرمایه‌گذاری همکاری در پروژه‌های تجاری است. پروژه‌هایی که مربی با قدرت شبکه و اعتبار خودش می‌تواند قرارداد ببندد.

نیازی به این نیست که حتی افراد را به عنوان مربی انتخاب کنید. انجام این کار ممکن است باعث ایجاد فشاری غیر ضروری بر یک رابطه کاری بشود. تنها به افرادی دسترسی پیدا کنید که فکر می‌کنید می‌توانید از آن‌ها یاد بگیرید، چه آن‌هایی که "هم سطح" شما هستند یا افرادی که حرفه‌ای‌تر هستند، و ببینید که این روابط چگونه رشد می‌کنند. من فکر می‌کنم شما قطعا از نتایج راضی خواهید بود!



مربیگری غیر حضوری

تکنولوژی ویدئو کنفرانس روش ارتباطی افراد را تغییر داده است، و واقعا هیچ دلیلی وجود ندارد که نخواهیم از آن استفاده کنیم و با کسی ارتباط برقرار نکنیم. مربیگری از راه دور باعث می شود که انتقال مهارت ها کمی با سختی همراه باشد. اما هنوز هم می تواند مزایای فراوانی داشته باشد، به خصوص اگر شما فردی را پیدا کنید که بسیار دور از شما باشد و در شهر و یا کشور دیگری زندگی کند.

با مربی خود کار کنید

چگونه می تواند یک Mentee^۳ (متی) خوب باشید؟

- از منتور و مربی خود کمک بگیرید. آن ها یک فرد با ارزش هستند!
- بینش و یافته های خود را نیز با مربی به اشتراک بگذارید، و از او تشکر کنید.
- شونده خوبی باشید. جلسات مشاوره مکانی برای به نمایش گذاشتن تجربه و یا مهارت های شما و تحت تاثیر قرار دادن مربیتان نیست!
- انتظار نتایج فوری را نداشته باشید. شناختن یک مربی به زمان نیاز دارد و بعد از آن کارها به خوبی پیش خواهد رفت. برای مربی سخت است که شما را به حرف بیاورند، پس مانند یک سنگ عمل نکنید. شما باید بتوانید از آن ها مشاوره بگیرید و باید مایل به یادگیری باشید.

^۳ فردی که توسط یک مربی آموزش می بیند و یا مشاوره دریافت می کند.

- **از پرسیدن سوال نترسید.** کنترل مکالمات را به دست بگیرید.
- **صادق و شفاف باشید.** اینکه به نظر برسد که شما سعی می کنید همه چیزها را تحت کنترل داشته باشید، به هیچکس کمکی نخواهد کرد. مربی در مورد این که چطور پیشرفت می کنید، زمانی شما را داوری و قضاوت می کند که شما کار خودتان را شروع کنید.
- **همیشه موافق نباشید.** در یک مکالمه واقعی شرکت کنید. زمانی که چیزی را درک نمی کنید، یا اگر فکر می کنید که مربی شما سوال شما را به درستی پاسخ نمی دهد، با او مخالفت کنید. این کار به حفظ نکات جالب کمک خواهد کرد و شما قادر خواهید بود یادگیری عمیق تری داشته باشید. مخالفت کردن هر گونه نقص یا فرضیات را آشکار میکند و می تواند خلاءهای خود و فرصت های ناخواسته (فرصت هایی که به صورت عادی از آن بی خبر هستید) را کشف کنید. این شغل شماسست، و باید به فردی تبدیل بشوید که مسئول نتایجی است که به دست می آیند.
- **شجاع باشید.** مشاوره باید به شما کمک کند تا اعتماد به نفس خود را تقویت کنید.
- **خود آگاه باشید.** اگر در مورد نقاط قوت و ضعف خود صادق باشید، مربی شما می تواند به سرعت شما را بشناسد و به شما کمک کند.
- **از مربی خود انتظار نداشته باشید که برای شما شغلی پیدا کند.** برخی روابط می تواند منجر به پروژه گرفتن شود، اما انتظار نداشته باشید که مربی به شما پیشنهاد شغلی بدهد که فراتر از محدوده جلسه مشاوره است.

چند فعالیت پیشنهادی

حتی اگر خودتان پروژه UX در اختیار نداشته باشید، می‌توانید برخی از جلسات شبیه‌سازی مشاوره را با مربی خود اجرا کنید. ریچ باتیلیری^۴ در یک از سخنرانی‌های خود، به [جرقه‌ای از ایده‌ها برای تربیت افراد حرفه‌ای جدید](#) اشاره میکند. که خلاصه‌ای از آن را در ادامه بررسی میکنیم:

۱. **روی دو مهارت مهم مربی خود تمرکز کنید:** مهارت‌های تسهیلگری، و مهارت‌های تحلیل داده.
۲. **یک جلسه تست کاربرد پذیری** بر روی وب سایتی که انتخاب کرده‌اید را با مربی خود به عنوان یک شرکت‌کننده اجرا کنید. با فرایندهای ساده شروع کنید و به سمت فرایندهای چالش برانگیز بروید. بگذارید مربی بعد از جلسه از شما انتقاد کند. حتما جلسه را ضبط کنید تا بتوانید درمورد فرصت‌های از دست رفته نگاهی بیاندازید و هر سوال پیشین که ممکن است از شما خواسته شده را شناسایی کنید.
۳. **سعی کنید نقش یک مرور اکتشافی را داشته باشید،** تا بازخورد مربی خود را در مورد تحلیل و مهارت‌های نوشتن گزارش و تولید مستندات دریافت کنید. شما می‌توانید در ابتدا برای ایجاد یک چارچوب کار کنید و سپس چندین جلسه بر اساس یک ساختار مشخص کار خود را انجام دهید. پس از آن می‌توانید جلسه‌ای را با مربی خود به عنوان یک شرکت ذینفع برگزار کنید، و بازخورد خود را در زمانی که بیش از حد بدبین هستید گزارش دهید.
۴. **از طریق شرکت در برخی از مصاحبه‌های شغلی،** تجربه کسب کنید. مربی شما می‌تواند بعد از آن به شما بازخورد بدهد.

^۴ Rich Buttiglieri

روزی که حرفه ای خواهید شد!

تشخیص دادن زمانی که یک رابطه مشاوره باید خاتمه پیدا کند مهم است. به طور ایده آل این زمانی خواهد بود که mentee به اهداف خود دست یافته است. با این حال، ممکن است دلایل دیگری نیز وجود داشته باشد:

- سطح علمی mentee، فراتر از مربی باشد!
- بین منافع یک مربی و mentee تعارض وجود داشته باشد.
- یک مسئله شخصی.
- رفتار نامناسب توسط هر دو طرف، به عنوان مثال یک مربی از mentee درخواست کند که کارهای زیادی را به صورت رایگان انجام بدهد. و یا برعکس، mentee مربی را وادار به انجام همه کارهای پروژه کند.

بدون در نظر گرفتن اینکه آیا رابطه شما با مربیتان به صورت رسمی پایان می یابد یا به دلیل مسائل و مشکلاتی قطع میشود، به یاد داشته باشید که پل های پشت سر خود را خراب نکنید. برای حوزه های که طیف وسیعی از صنایع و رشته های مختلف را پوشش می دهد، واقعا دنیای کوچکی است! سعی کنید برای دوره مربیگری یک پایان خوب با مربی رقم بزنید و حتما از او برای حمایت کردن و آموزش هایی که در اختیار شما قرار داده است تشکر کنید.



پیشرفت کنید، شما نیز روزی مربی خواهید شد!

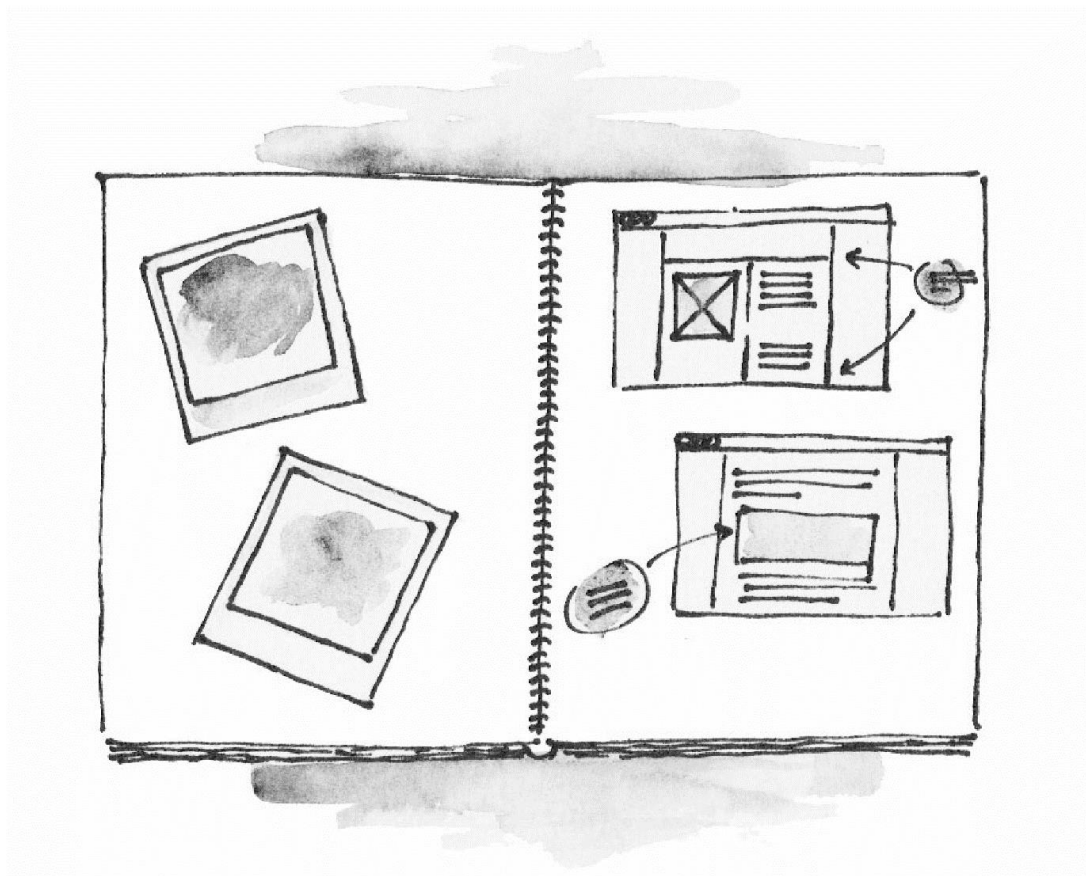
یک روز شما ممکن است به یک مربی تبدیل شوید. لازم نیست یک رهبر فکری باشید، اما باید کمی تجربه، صبر و شکیبایی داشته باشید تا به افراد کمک کنید تا بتوانند کار خود را شروع کنند.

سوال هایی که باید از خودتان بپرسید :

۱. درون شبکه خود برای چه افرادی باید جستجو کنید؟
۲. چه کسی در حال حاضر به شما اعتماد دارد؟
۳. چه فردی را در سطح قابل قبولی میشناسید که امیدوارید در ۵ سال آینده، در جایگاه آن شخص قرار بگیرد؟
۴. چه کسی با مهارت هایی که شما در حال یادگیری آن هستید، آشنایی دارد؟

خلاصه فصل ۵ : یک مربی پیدا کنید.

- هیچ نیازی نیست که برای یک رابطه مربیگری متقاضی باشید و آن را به صورت رسمی تنظیم کنید، این اتفاق ممکن است به طور طبیعی در حال رخ دادن باشد و یک مربی با دیدن استعداد های شما تصمیم به آموزش شما بگیرد.
- چندین مربی پیدا کنید. افراد مختلف نقاط قوت متفاوتی دارند و می توانند به روش های مختلف به شما کمک کنند.
- از تعارض در منافع مشترک اجتناب کنید، به دنبال یک مربی باشید.
- با استفاده از تکنیک های معرفی شده در این بخش، می توانید یک ارتباط کاربردی و سودمند را با مربی خود برقرار کنید.
- یک روز خود را به یک مربی تبدیل کنید. ممکن است خودتان را استاد و متخصص ندانید، اما ممکن است در مقایسه با یک تازه وارد در زمینه تجربه کاربری متخصص باشید.



فصل ۶: استخدام شوید.

با وجود افراد جویای کاری که همه جا صف کشیده‌اند، شما در بهترین مکان ممکن برای رسیدن به شغل رویایی خودتان هستید، بدلیل اینکه این کتاب را مطالعه کرده اید! در این فصل ما بر روی راهنمایی هایی، برای طراحی که به دنبال یک شغل تمام وقت هستند تمرکز می کنیم.

در این فصل ما به بررسی این موارد خواهیم پرداخت:

- چیزهایی که در اولین شغل طراحی تجربه کاربری خود، باید آنها را بررسی کنید
- فرایند استخدام
- ساخت نمونه کار برای خودتان
- مصاحبه
- بعد از مصاحبه

چیزهایی که در اولین شغل طراحی تجربه کاربری خود، باید آنها را بررسی کنید

در هر محیط کاری، چه مواردی را باید بررسی کنید؟

همانطور که در ابتدای این کتاب صحبت کردیم، آژانس های طراحی، آزادکاری، استخدام شدن و همکاری با استارتاپ ها همه محیط های منحصر به فردی هستند، که مزایا و چالش ها خاص خود را در بردارند. بیا بید برای تعیین محلی که باید برای شغل بعدی خود بر روی آن تمرکز کنید، این نوع محیط های کاری را کمی بیشتر بررسی کنیم:

- **استخدام در یک شرکت:** شغل طراحی تجربه کاربری در یک شرکت تولید محصولات دیجیتال می تواند به شما فرصت توسعه و بدست آوردن درکی عمیق از یک محصول و مخاطبین آن را بدهد. این به این معنی است که شما وقت دارید تا فعالیت های تکرارهای انجام دهید و روابطی را بر پایه و اساس مشتری ایجاد کنید.
- **آژانس ها طراحی و کار به صورت فریلنسری:** مشاوره، چه به عنوان بخشی از یک آژانس یا در نقش یک فریلنسر، یک سری از پروژه ها با مشتریان مختلف را در اختیار شما قرار خواهد داد. تقریباً همیشه پروژه هایی که برای رسیدن به یک زمانبندی استاندارد و به سرعت به شما ارجاع داده میشوند، به ساعت های طولانی کار نیاز دارید. هنگامی که بودجه با تمرکز سنگین و فشرده بر روی نتایج و توسط مشتری تعریف می شود، تجربه های کاربری خوبی که در فرایندها بدست می آورید، ممکن است دچار آسیب بشوند. انواع پروژه ها به شما این امکان را می دهند تا صنایع مختلف را کشف کنید.
- **همکاری با یک استارتاپ و یا یک کسب و کار بزرگ:** نقش طراح تجربه کاربری در یک سازمان بزرگ و شاید کمی سنتی، (که در آن UX به طور سنتی به رسمیت شناخته نشده است) می تواند فرصتی برای کمک به ایجاد بهترین شیوه ها و ایجاد فرهنگ کاربر محور

باشد. ممکن است فرصتی برای کار بر روی انواع پروژه‌ها داشته باشید، و بودجه اغلب یک مانع اصلی برای شما نیست، زیرا کسب و کارهای بزرگ به خوبی می‌توانند برای پیشرفت برنامه‌هایی که دارند هزینه کنند. با این حال، اگر فرهنگ سازمان به گونه‌ای تثبیت شده است که جایگاه تجربه کاربری به خوبی درک نمیشود، بدون تعریف یک پروژه بزرگ برای تغییر سازمان که مدیریت نیز آن را پشتیبانی کند، احتمال تغییر فرایندها و نگرش‌ها به تیم شما ممکن است صفر باشد.



به دنبال کسب تجربه در تمام زمینه‌ها باشید

به طور ایده‌آل باید تلاش کنید به سمت یک نقش طراح تجربه کاربری حرکت کنید (UX Generalist) که در آن شما وظایف مختلفی را به جای یک نقش محدود و مشخص انجام خواهید داد. برای شروع به کار در جایگاه طراح تجربه کاربری این بهترین انتخاب است. علاوه بر این، اگر در سازمانی مشغول به کار هستید که در آن توجه به تست کاربرپذیری، میزان شناخت از تجربه کاربری، بودجه مورد نیاز، مدیریت و پشتیبانی همگی در سطح قابل قبولی قرار دارند (یعنی جایی که شما مجبور نباشید برای توجیه اجرای جلسات کاربرپذیری به مدیران جواب پس بدهید)، شما تجربه بیشتری بدست خواهید آورد. محیطی که در آن کار می‌کنید بسیار تعیین‌کننده روند پیشرفت شما خواهد بود.

زمانی که به توانایی‌های خود اعتماد بیشتری پیدا کردید، بهتر است نقشی را ایفا کنید (UX Specialist) که شامل برخی از چالش‌های بزرگ‌تر است، اما برای شروع چنین نقش و جایگاهی را انتخاب نکنید. به دنبال شرکت‌هایی بگردید که فرایندهای کارآمد و نقش‌های مختلفی را برای یک طراح تجربه کاربری در نظر گرفته‌اند، تا در نتیجه بتوانید در مسیر پیشرفت کاری خودتان به شکل موثری قدم بردارید.

عنوان های شغلی و شرح آنها

یک تحقیق که در سال ۲۰۱۳ که از هزار طراح تجربه کاربری حرفه ای توسط گروه "nielsen norman" انجام شد، نشان داد که محبوب ترین عنوانی که طراحان برای توصیف خود استفاده می کنند، "طراح تجربه کاربری" بوده است (یک معرفی عمومی).
با این حال، تنها ۶ درصد از پاسخ دهندگان از یک عنوان خاص (مانند طراحی تعاملی) استفاده کرده بودند. نود و چهار درصد باقی مانده خود را با بیش از ۲۰۰ عنوان دیگر توصیف کردند- که دارای تنوع زیادی می باشد.

در اینجا برای یک طراح تجربه کاربری برخی از عناوین وجود دارند که شما ممکن است انتظار نداشته باشید که جزو نقش های "UX" باشند:

- طراح مدل های سه بعدی
- مدیر ارتباطات
- برنامه ساز اطلاعات
- مدیر پروژه اینترنت
- مشاور آموزش های الکترونیکی
- تولیدکننده محتوا دیجیتال
- مدیر محصول
- تحلیلگر کسب و کار
- دستیار تحقیق
- مربی ایده پردازی
- seo / متخصص جستجو
- مدیر محتوای وب

این نشان می دهد که مشاغل UX اغلب در نام های غیر UX پنهان می شوند و UX می تواند به بسیاری از نقش های مختلف اعمال شود.

متأسفانه گرایشی نیز وجود دارد، به خصوص در طراحی وب، در مورد افرادی که خود را به عنوان طراحان تجربه کاربری معرفی می کنند تا از این عنوان بهره برداری کنند و کار بیشتر یا سود بیشتری را بدون در نظر گرفتن اصول رویکرد UX به دست آورند. خوب است دقت کنید که چگونه می توانید به طور دقیق نقش واقعی خود را با استفاده از عنوان شغلی خود توصیف کنید.



برای بعضی از افراد رابط کاربری مساوی با تجربه کاربری است

$$UX = UI$$

برخی از کارفرمایان برای یک موقعیت شغلی UX تبلیغ می کنند، اما در واقع تمایلی به پر کردن نقش طراحی UI بدون پشتیبانی از فرآیند طراحی کاربر-محور دارند. البته این را نمی گوییم که یک طراح رابط کاربری نمی تواند طراحی تجربه کاربری را انجام بدهد، اما مشکل اینجاست که بسیاری از کارفرمایان تفاوت این دو را درک نمی کنند. همچنین در مورد استفاده از «/» - در لیست شغل هایی که برای یک طراح UX/UI تبلیغ می کنند هوشیار باشید، این کارفرماها اغلب ارزش UX را نمی دانند و مشخص است که احتمالاً به دنبال یک طراح رابط کاربری وب یا اپلیکیشن می گردند.

فرایند استخدام

یک روند استخدام معمولی:

در اینجا فرایندی را ارائه می کنیم که کارفرما (استخدام کننده، مدیر استخدام، یا مدیر منابع انسانی) معمولاً با استفاده از آن برای استخدام یک نقش طراح تجربه کاربری اقدام می کند:

۱. تعداد بسیار زیادی نمونه کار و رزومه ها دریافت می شوند، گاهی صدها مورد.
۲. رزومه ها و نمونه کارها، بر پایه یک بررسی کوتاه به دو گروه قابل قبول و غیر قابل قبول دسته بندی میشوند (این روند گاهی به صورت خودکار انجام میشود، با فرمتی غیر استاندارد و نمونه کارها اغلب برای سازگار شدن با سیستم استخدام جمع آوری می شوند).
۳. با انجام برخی تحقیقات اولیه مبتنی بر منابع اطلاعاتی مانند پروفایل linkedin و یا دیگر شبکه های اجتماعی، فرد استخدام کننده به دقت دسته قابل قبول از نمونه کارها را دقیق تر بررسی خواهد کرد.
۴. رزومه طراحان شایسته انتخاب و به سمت مدیر استخدام منتقل می شوند.
۵. مدیر استخدام، اغلب با استفاده از تماس تلفنی، بررسی های بیشتری را انجام می دهد.
۶. حدود ۳ تا ۸ کاندید برای مصاحبه دعوت می شوند.
۷. یک پیشنهاد همکاری برای کاندیدهای مورد نظر مطرح می شود.

با این حال یک استثناء وجود دارد، در حقیقت بدلیل اینکه شما در توسعه شبکه خود فعال بوده اید و پروژه ها را از طریق شبکه دریافت می کردید، احتمالاً از این روند عادی دور بوده اید. با این حال، درک این مسئله بسیار مفید است.

کارکردن به عنوان یک فریلنسر

اگر این انتخاب شماست، تبریک می گوئیم. اگر شما در حال حاضر یک فریلنسر هستید پس شما در رویای خودتان زندگی می کنید! بسیاری از نیروهای کار از سازمانها و استارتاپ ها و به سمت فریلنسری، مشاوره و قرارداد بستن پروژه های شخصی تغییر مسیر می دهند، و مشتریان تمایل دارند که شما مدیر پروژه آنها باشید. با این حال، شما باید در مورد کار به عنوان یک طراح تجربه کاربری فریلنسر باتجربه کار محدود و اندک، مراقب باشید. این بهترین مکان برای شروع به کار نیست. اجازه دهید خود ارزیابی و مشاوره های مربیتان راهنمای شما باشد.

اگر شما در حال حاضر در یک موقعیت مرتبط کار می کنید (طراح رابط کاربری^۱، توسعه دهنده - رابط کاربری^۲)، شما در موقعیت خوبی قرار دارید تا تکنیک های UX را به عنوان بخشی از کارتان در نظر بگیرید.

انجام این کار به شما کمک خواهد کرد تا کمی تجربه به دست بیاورید و ممکن است راه را برای ایجاد موقعیت شغلی خود در آینده هموار کنید.

^۱ visual designer

^۲ front-end coder



شرکت‌ها کارمندان را برای حل مشکلات استخدام می‌کنند

شما راه‌حلی برای هر مشکلی نیستید، و نمی‌توانید نقش آقا/خانم عقل کل را برای هر تیمی بازی کنید. اگر برای یک موقعیت شغلی انتخاب نشده‌اید، شخصا آن را قبول نکنید، بلکه در مورد کارهایی که می‌توانید برای افزایش شانس خود در آینده انجام دهید، از کارفرما درخواست بازخورد کنید.

مصاحبه‌کننده ها چه چیزهایی را می‌خواهند در مورد شما بدانند؟

ساخت نمونه کارهایی که موجب مطرح شدن شما در این شغل بشود، جزو ویژگی‌هایی می‌باشند که افرادی که قصد استخدام شما را دارند در یک مصاحبه UX آنها را جستجو می‌کنند:

- **تجربه رهبری تیم UX:** روش‌ها؛ استقلال و قدرت شما؛ کیفیت کار، عملکرد شما در تیم
- **مدیر پروژه:** آشنایی با فرایندها؛ اینکه آیا کار شما به بودجه و زمان پروژه متناسب است؛ داشتن مهارت‌های ارتباطی
- **توسعه دهنده - رابط کاربری:** مهارت‌های نمونه‌سازی، طراحی تکراری؛ توانایی برای کار در یک محیط چابک
- **کارگردان خلاق:** تفکر مفهومی، توانایی تعریف مشکل؛ اثربخشی به راه‌حل‌های ارائه شده

تلاش برای ارتباط برقرار کردن میان همه موارد با تمام نقش هایی که در بالا مطرح شد و به طور همان زمان، بسیار دشوار خواهد بود، بنابراین افرادی که قصد استخدام شما را دارند درک کنید و مطابق با درخواست آنها عکس العمل نشان دهید.

"من در مدت زمان کوتاهی، رزومه ی افراد را برای استخدام در یک نقش طراح تجربه کاربری بررسی میکنم (شاید حدود چهار ساعت برای بررسی ۱۰-۱۵ رزومه)، و دو چیز وجود دارند که به من کمک می کنند تا متقاعد شوم و با آنها تماس بگیرم :

(۱) نمونه کارهای آنلاین (وب سایت شخصی، وبلاگ، شبکه اجتماعی طراحان)

(۲) یک پروفایل کامل linkedin که طراح را معرفی میکند."

تروی پارک؛ [UX How](#)

یک طراح نمی تواند در تمامی زمینه های تجربه کاربری به یک طراح ارشد^۳ تبدیل بشود. بسیاری از کارفرمایان به دنبال استخدام یک ux generalists با مهارت های تخصصی حرفه ای در یک زمینه خاص هستند (برای مثال تست کاربرد پذیری)، اما برخی دیگر به طور مشخص به دنبال طراحان مبتدی با مهارت های مناسب هستند. نوع نقشی که شما دنبال می کنید به توانایی های خودتان و شغلی که برای آن درخواست می دهید بستگی دارد.

در [نظرسنجی که توسط گروه nielsen-norman](#) انجام شد و کمی قبل تر به آن اشاره کردیم، اطلاعات با ارزشی دیگری نیز جود دارد :

^۳ Senior Designer

برای بررسی کارمندانی که دارای پتانسیل های لازم برای تبدیل شدن به یک طراح تجربه کاربری هستند، برخی از ویژگی‌های غیر آکادمیک (مهارت های فردی) نیز مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. از جمله مهارت‌های فردی، که در بخش خود-ارزیابی به آن پرداختیم.

بسیاری از مهارت‌هایی که مدیران برای استخدام در سال ۲۰۱۳ به دنبال آن بودند، بیش از صرفا اجرای کامل تکنیک‌های UX بوده است:

- کنجکاو بودن در مورد اینکه چه چیزی باعث می‌شود مردم کاری را انجام دهند، نحوه کار کردن سیستم‌ها، و اینکه چرا اتفاقات رخ می‌دهند.
- شور و شوق برای شغل طراحی تجربه کاربری.
- داشتن یک نگرش ساده و صادقانه.
- سابقه خدمات مبتنی بر سرویس.
- حل مسئله به روشی خردمندانه.
- سازگاری و نحوه واکنش طراح به موقعیت‌های پیش‌بینی‌نشده.
- مهارت‌های نویسندگی و ارتباطات عالی.
- داشتن یک ساختار فکری منطقی.
- در رفتار افراد به جزئیات توجه کنند.
- از مجموعه داده‌های بزرگ نترسند.
- داشتن توانایی برای "فروش".



نمونه کارهای آنلاین

زمانی که مدیران برای استخدام، صدها داوطلب و درخواست دارند، اغلب از یک برنامه (برای مثال نرم افزار Microsoft Excel) برای مدیریت رزومه های ارسالی استفاده می کنند. با این حال، هنوز ممکن است که گاهی فراموش کنند تا رزومه ارسالی شما که به شکل pdf است را به لیست رزومه ها ضمیمه کنند. داشتن یک وب سایت که نمونه کارهای شما به صورت آنلاین در آنجا موجود است، به جلوگیری از این مسئله کمک می کند و حتی می توانید آمار و فعالیت بازدیدکنندگان را از طریق ابزارهای منحصر به فردی مثل [bitly](#) و [hotjar](#) ردیابی کنید. آیا می خواهید مطمئن شوید که کسی به پورتفولیو (portfolio - نمونه کار) شما نگاه می کند یا نه؟ پس ردیابی از طریق دو ابزار معرفی شده بهترین کار می باشد.

ساخت نمونه کار برای خودتان

طراحی قالبی برای نمونه کارها از دیرباز مورد استفاده طراحان گرافیک و عکاسان برای نمایش نتایج کارهای خودشان بوده است. اما در مورد طراحان تجربه کاربری چطور؟ ما در دنیایی از ویدئو ها و فایل های صوتی ضبط شده، کاغذ شطرنجی طراحی و اطلاعاتی که در فایل های اکسل ذخیره شده اند، کار می کنیم. ما برای تجربیات خوب کاربران طراحی می کنیم و در نتیجه نتایج مهمی را به دست می آوریم. اما لزوما تصاویر بصری (رابط کاربری گرافیکی) نهایی را ایجاد نمی کنیم. بنابراین وقتی یک کارفرمای احتمالی از ما نمونه کار و رزومه در خواست می کند، باید چه کار کنیم؟

در اینجا یازده مرحله وجود دارد که به شما کمک می کند تا نمونه کارهای تجربه کاربری را برای خودتان ایجاد کنید، و بتوانید نظر کارفرما را برای مصاحبه جلب کنید.

۱- وانمود نکنید که یک طراح گرافیک هستید: نمونه کارهای UX باید شامل اسنادی باشند که توسط آن داستانی را بیان کنید که می‌خواهید به کارفرما ارائه کنید، مفاهیمی که پروژه های تحقیقاتی بدست آوردید و توانایی‌های شما در حل مسئله. البته با داشتن مهارت های طراحی رابط گرافیکی مطمئنا به شما اعتبار بیشتری می دهند. طراحان تجربه کاربری تحت نظارت بسیاری از مهارت ها و یا توانایی های مختلف مربوط به فرایندها، برقراری ارتباط، همکاری، تفکر تحلیلی، گوش دادن فعال، تضمین دادن به کار، برنامه ریزی،... فعالیت می کنند.

این مهارت ها لزوما در نتایج نهایی به صورت مستقیم شما را معرفی نمی کنند. اگر در ابتدا بر روی طراحی رابط کاربری تمرکز کنید، متقاعد کردن افراد در مورد مهارت‌های دیگر دشوار خواهد بود، پس خودتان را به غلط تفسیر نکنید.

۲- مدل یادگیری و مهارتی T شکل^۴ خودتان را پیدا کنید: وسوسه انگیز است که برای استخدام شدن رقابت کنید و خود را به عنوان فردی عجیب و غریب معرفی کنید که در همه چیز خوب است! حتی در دنیای تجربه کاربری نیز یک نام برای این نوع افراد وجود دارد: UX تک‌شاخ^۵ کسی که مهارت های او برابر با طراح گرافیک، متخصص کاربرپذیری و توسعه دهنده است! با این حال، این رویکرد باعث مخالفت فرد استخدام کننده یا مدیرانی می‌شود که ممکن است شک داشته باشند که چنین کاندیدای در واقعیت وجود داشته باشد.

دقیقا در مورد مهارت‌های خاص خود صادق باشید و از فرآیند و تجربه خود برای ارتباط شفاف و روشن در مورد این که چگونه کار می‌کنید، استفاده کنید. مفهوم حرفه‌ای T به این معنی است که

^۴ T-shaped skills

^۵ UX unicorn

مهارت‌های خاصی وجود دارند که شما باید درکی سطحی از آنها داشته باشید تا خود را یک طراح تجربه کاربری بنامید (بخش بالایی حرف T)، و دیگری مهارت‌هایی هستند که می‌توانید در آن زمینه‌ها آموزش ببینید و درک عمیق‌تری (بخش پایینی حرف T) در مورد مفاهیم داشته باشید.

باید از مهارت‌های عمومی برای یادگیری در مورد شغل خود و از مهارت‌های عمیق‌تر برای حرفه‌ای شدن استفاده کنید. برای انجام این کار در نمونه کارهای خود به موارد زیر توجه کنید:

سطح تجربه خود را نشان دهید: موضوع اصلی در مورد انواع پروژه‌هایی است که انجام داده‌اید و نقش شما در این پروژه‌ها، و اینکه چند ماه (یا چند سال) کار کرده‌اید اهمیت کمتری دارد. **مهارت‌های خاصی که به پروژه می‌آوردید را معرفی کنید:** به ویژه توانایی‌های شما برای به دست آوردن بینش از تحقیقات و ترفندهای حل مسئله.

به نتایج کیفی کار خود اشاره کنید: تجربیاتی که در میان کاربران بدست آوردید، نوآوری‌های طراحی که شما ایجاد کرده‌اید، محدودیت‌های طراحی که شما در پیاده‌سازی محصول با اجرای تعاملات آنرا بر طرف کردید،...

سبک کار و شخصیت خود را به تصویر بکشید: به عنوان مثال، فرایند طراحی مورد استفاده شما، طراحی‌های شما و تکنیک‌های دیگری که از آن‌ها استفاده می‌کنید، دقیقاً جزئیات را به همان صورت نشان دهید که به نظر می‌رسند.

۳- با افراد به زبان خودشان صحبت کنید: درک اینکه نمونه کارها و رزومه خود را به چه کسی ارائه می‌دهید بسیار مهم است، بنابراین چیزی که آن‌ها به دنبال آن هستند، کاملاً حیاتی است. استخدام کنندگان، کارفرمایان، مدیران پروژه، توسعه دهندگان و کارگردانان خلاق محصول هر کدام اولویت‌های

و علایق خاص خود را دارند که بر دستور کار آن‌ها تاثیر خواهد گذاشت. حتی نوع شرکتی که شما به عنوان محل کار خود انتخاب می‌کنید، نیز تفاوتی معنی‌دار ایجاد خواهد کرد.

"هرکسی فقط چیزی را متوجه شد، که او آنرا درک میکرد."

یوهان ولفگانگ فون گوته^۶

۴- یک رویکرد غیر خطی را در نظر بگیرید: پروژه‌ها را براساس اینکه آنها را به چه شخصی نشان می‌دهید انتخاب کنید، با کیفیت ارتباط برقرار کنید، نه کمیت. ارائه یک نمونه کار قوی به یک سازمان بزرگ و سطح بالا بسیار مناسب تر از ارائه نمونه کارهای زیاد و متوسط به همان سازمان است. من همیشه در جلسه‌هایی که برای همکاری و یا استخدام شرکت میکنم، یک نسخه کامل از نمونه کارها در Adobe Design و یک سند چاپی از همان نمونه کارها به همراه دارم و بر اساس نوع کارفرما، نمونه کارها را ارائه میکنم.

۵- تصمیم بگیرید که چگونه پروژه‌های محرمانه (NDA^۷) را انجام دهید : شما باید چند نمونه از کارهای خود را نشان دهید، اما نباید از پروژه‌هایی باشد که توافقنامه‌ی nda را برای آنها امضاء کرده‌اید، باید از صحبت در مورد پروژه‌های محرمانه جلوگیری کنید. قراردادهای nda باید محرمانه بمانند، شما از نظر قانونی موظف هستید از قرارداد nda که امضاء کرده‌اید پشتیبانی کنید. با عدم احترام به آن اعتبار خود را به خطر می‌اندازید. اگر شما اسرار کارفرمای قبلی خود را فاش کنید، فردی که می‌خواهد شما را استخدام کند، فرض خواهد کرد که به آن‌ها هم خیانت خواهید کرد.

^۶ Johann Wolfgang von Goethe

^۷ Non-disclosure agreement

با این حال، خودتان را در جایگاه کارفرمای احتمالی خود قرار دهید، طراح هیچ نمونه کاری به شما ارائه نمی کند و آیا شما واقعا فردی را بدون هیچ مدرکی از مهارت، فرایند و تجربه کار استخدام می کنید؟ این یک خطر غیر قابل اثبات حتی برای افرادی است که برای استخدام و یا همکاری در یک قرارداد nda از سمت شخص و یا سازمانی معرفی شده اند.

کارفرمایان واقعا می خواهند کیفیت و کمیت کار شما را ببینند، اما محرمانه بودن را درک می کنند و انتظار ندارند که شما اسرار پروژه ها و کارفرماهای قبلی خود را فاش کنید. پس چه کار باید بکنید؟ خوب، شما باید از پروژه های دیگری که می توانید در مورد آن ها صحبت کنید، استفاده کنید و به کارفرما بگویید که این پروژه ها قرارداد nda نداشته اند.

مشتریان nda خود را نباید به صورت کامل کنار بگذارید:

"به جای نشان دادن نمونه کارهای واقعی، به تجربه خود در همکاری با فهرستی از مشتریان پروژه های nda اشاره کنید. به این ترتیب شما ارزش همکاری با یک نام تجاری را بدون خیانت به اعتماد آنها به دست می آورید."

تروی پارک؛ ۱۰ سوال برتر برای طراحان گرافیک، UX و UI

اگر هنوز راه حل مناسبی به ذهنتان نرسیده، یک گزینه دیگر این است که پروژه nda که قبلا کار کرده اید را با یک علامت تجاری فرضی تغییر بدهید و به کارفرما ارائه کنید.

۶- ارائه پروژه های فرضی: یکی از بزرگ ترین موانع برای طراحان تجربه کاربری تازه کار، یافتن مطالب خوب و کافی برای نمونه کار است. در اغلب موارد شکاف بزرگی وجود خواهد داشت که در آن ممکن است شما به خوبی تجربه کاربری را درک کنید و مهارت های خوبی داشته باشید اما هیچ کاری برای

اثبات آن نتوانید انجام دهید، زیرا تازه کار هستید و هنوز هیچ پروژه ای را آغاز نکرده اید. در این موارد من توصیه می کنم که این مشکل بحرانی را با یک پروژه فرضی حل کنید. در واقع شما برای پتانسیلی که در کار دارید استخدام می شوید، نه به این خاطر که در گذشته پروژه بزرگی را انجام داده اید. هر طور که می توانید پتانسیل خود را نشان دهید. می توانید با همکاری با یک کسب و کار یا استارتاپ دوست خود آن را نشان دهید، و یا می توانید به سادگی یک پروژه تحقیقاتی در شرکتی که شما را استخدام کرده، انجام دهید. این فعالیت ها به شما این امکان را می دهد که کمی تجربه به دست آورید و نمونه کارهای خود را بسازید، و از همه مهم تر، این کار به شما این امکان را می دهد که در هنگام صحبت درباره مهارت ها و روندهایی که در کار خود دارید از نمونه کارهای واقعی استفاده کنید.

۷- صادق باشید: لطفا پروژه های فرضی خود را به عنوان یک کار واقعی معرفی نکنید و به محض اینکه توانستید نمونه کارهای فرضی را با پروژه های واقعی جایگزین کنید. در آینده، زمانی که تجربه بیشتری بدست آوردید، خوب است به یاد داشته باشید که شما هنوز بدلیل پتانسیلی که دارید استخدام شده اید، پس برای موفقیت های بعدی خود تنها به پروژه هایی که انجام داده اید تکیه نکنید! صداقت و رویکرد شخصی شما، یک مسیر طولانی برای کمک به کارفرمای احتمالی تان برای شناختن شما خواهد بود. سبک و روند کار خود را نشان دهید و از همه مهم تر، دروغ نگویند. همچنین در پروژه های مشارکتی، نقش خود را به صورت شفاف معرفی کنید و بزرگ نمایی خودداری کنید.

۸- فرآیند فکری خود را نشان دهید: تفاوت بین نمونه کارهای تجربه کاربری و سایر نمونه کارهای گرافیکی و یا رابط کاربری، اهمیت نشان دادن سفری است که به نتایج نهایی منتهی می شود، نه

خود مقصد. شما باید از مهارت داستان گویی^۱ استفاده کنید و بتوانید نشان دهید که یک تجربه خوب چه مسیری را طی می کند و چه نتایجی به همراه دارد.

یک راه خوب برای انجام این کار این است که داستان پشت پروژه را تعریف کنید، فرایند ارتباط شما با طراحی های جدید و اینکه چگونه بر چالش های طراحی مختلف غلبه کردید. مانند معلم ریاضی خود شما که می گفت: نشان دهید در ذهنتان چه می گذرد و با گچ روی تخته بنویسید، شما نیز باید فکر خودتان را رسم کنید. برای مثال، بینش خود را از پرس و جوها و نظرسنجی هایی که انجام داده اید به الگوهایی بصری مانند نمودار ها انتقال بدهید، تفکر شما باید حرفی برای گفتن داشته باشد و از طریق طراحی می توانید مفاهیمی که از مدل ذهنی خودتان بدست می آید را ارائه کنید.

نمونه کارهای شما می تواند شامل وایرفریم ها، پرسنا و سناریوهایی باشد که ایجاد کرده اید، عکس هایی که از مرتب سازی کارت ها در اختیار دارید، و عکس هایی از شما که در حال برگزاری یک کارگاه آموزشی تجربه کاربری هستید. همچنین می توانید محتوایی را قرار دهید که روند کاری شما را نشان بدهد، و به شما کمک کند تا در طی یک مصاحبه در مورد آن فرایند صحبت کنید.

۹- از تست ۶۰ ثانیه ای استفاده کنید: مراحل اولیه انتخاب و استخدام یک طراح بسیار بی رحمانه است. یک استخدام کننده و یا کارفرما ممکن است ده ها یا صدها رزومه و نمونه کار را کنار بگذارد. جای تعجب نیست که آن ها اغلب در کمتر از یک دقیقه تصمیم گیری می کنند. این همان ۶۰ ثانیه است که شما باید آن ها را قانع کنید که کار و تخصص شما واقعا با ارزش است.

^۱ Storytelling

مطمئن شوید که در رزومه خود به نکاتی که در ادامه اشاره می کنیم حتما عمل می کنید، تا به افرادی که قصد استخدام یا همکاری با شما را دارند بینشی مختصر نسبت به مهارت ها و سبک کاری خودتان ارائه کنید:

- **رسانه پیام است.** از مهارت های UX خود استفاده کنید تا مطمئن شوید که مهم ترین اطلاعات تان را به طور واضح و شفاف منتقل می کنید.
- **برای سنجش امتیازات خود از توضیحات نوشتاری استفاده نکنید.** استفاده از نمودارهای حاوی توضیحات، تصاویر و تصاویری که توضیحات متنی محدودی کنارشان قرار دارد، کارآمد تر از به کار بردن متن و یا تصاویر به تنهایی است.
- **مستندات خود را به طور واضح و با بخش ها، زیر بخش ها و عناوین مختلف سازماندهی کنید.**
- **هر چیزی که جزو بهترین کارهای شما نیست را حذف کنید،** و سعی کنید از بیش از یک نمونه کار برای هر تکنیک یا رویکرد استفاده نکنید. به کیفیت رزومه خود فکر کنید و نه کیفیت آن.
- **یک فهرست محتوا برای رزومه خود در نظر بگیرید،** و اگر نمونه کارها و رزومه شما بسیار بزرگ می باشد، یک فهرست کوتاه یا محتوایی برای ابتدای هر بخش در نظر بگیرید.
- **با دوستان و یا اعضای خانواده خود تست کاربرپذیری را انجام دهید،** تا مطمئن شوید که چگونه قصد دارید با کاربران واقعی این تست را برگزار کنید.

۱۰- اجازه ندهید که نمونه کارهای شما در حاشیه قرار بگیرد : به یاد داشته باشید که اگر در انزوا باقی بمانید، نمونه کارهای شما به پتانسیل لازم دست پیدا نخواهند کرد. برای اینکه واقعا به نتیجه برسید، باید هر وقت که ممکن است و در هر جا نمونه کارهای خود را به صورت شخصی معرفی کنید، اگر چه بسیاری از همکاران شما برای ارائه نسخه قابل دانلود (شاید PDF) به وب سایت شما مراجعه

می کنند، اما برای متصدیان یا استخدام کنندگانی که می خواهند رزومه شما را سریع ببینند و تصمیم بگیرند، نسخه آنلاین مفیدتر است.

رزومه خود را در کنار نمونه کارها قرار دهید و همچنین یک یادداشت مختصر از مهارت‌ها و تجربیات خود به مخاطبین و بازدید کنندگان ارائه کنید. و مطمئن شوید که پروفایل linkedin شما همیشه به روز رسانی شده است! تمام این موارد در کنار هم، به اندازه یک نمودار شخصی از توسعه حرفه‌ای و به عنوان ابزاری برای به دست آوردن شغل جدید، به شما کمک شایانی خواهند کرد.

از صدها نمونه کار و رزومه ای که تا به حال بررسی کرده‌ام، کم‌تر از ۱ نفر در هر ۱۰ مورد حتی نزدیک به تمامی نکاتی که به آن اشاره کرده ام بوده. اکثر طراحان تجربه کاربری از اهمیت و جایگاهی که باید برای خود ایجاد کنند غافل هستند! با دنبال کردن این مراحل، شما جدی گرفته خواهید شد، به سرعت مورد تایید کارفرمایان قرار گرفته، و در مسیر پیشرفت خود با افراد مناسبی ملاقات خواهید داشت.

۱۱- بر روی نتایج تمرکز کنید: معیارهایی مانند نرخ تبدیل، زمان تکمیل فرم ها، و درآمد آنلاین برای نشان دادن موفقیت های قابل اندازه گیری در یک پروژه مهم هستند. با این حال، آن‌ها به یک هدف ثانویه اهمیت می دهند، نتایج. شما باید به کارفرمایان آینده خود ثابت کنید که با استفاده از فرایندی که عملی و کاربردی است، می‌توانید یک تفاوت واقعی در نتایج ایجاد کنید.

نتایج، یک پیام قدرتمند است. اما برای اینکه قادر به برقراری ارتباط با آن باشید، باید اطلاعات صحیحی را در اختیار داشته باشید تا بتوانید از ارائه خود پشتیبانی کنید.

اطلاعات هر پروژه جدید را ثبت کنید، نه فقط برای پروژه بلکه برای شغل خودتان. اگر یک پروژه را تمام کردید و به یک پروژه و تیم دیگر ملحق شدید، برگشت و درخواست از تیم قبلی تان برای این که اطلاعات را در اختیار شما قرار بدهند غیر ممکن است. گاهی افراد و گاهی نیز مستندات پروژه در دسترس نیستند. نمونه کارهای خود را به طور مرتب با داده‌هایی به روز رسانی کنید که اظهارات شما در مورد با تجربه بودن در کاری که انجام می‌دهید را پشتیبانی و تایید می‌کنند.



نمونه کارهای آنلاین طراحی برای افراد عادی

زمانی که شروع به کار می‌کنید از یک سرویس نمونه کار شبکه اجتماعی استفاده کنید، مانند [behance](#)، [coroflot](#)، یا [Cargo Collective](#). اگر چه این سرویس‌ها برای نشان دادن طراحی گرافیکست ها طراحی شده‌اند، اما می‌توانند ابزار بسیار خوبی برای بایگانی کردن تاریخچه کاری شما باشند. مواردی از جمله اسکچ ها، وایرفریم ها، نمودارهای گردش کار، یا عکس‌هایی از فضای کاری شما و یا کارگاه‌هایی که برگزار می‌کنید.

انجام این کار به این معنی است که مدیری که قصد استخدام شما را دارد، به جای قضاوت بر روی کیفیت وب سایت شخصی تان و یا قالب وردپرسی که انتخاب کرده اید، برای تمرکز بر روی محتوا آزادی کامل و بیشتری دارد.

مصاحبه

بعد از تمام این گام ها شما به مرحله مصاحبه رسیده اید. و این فوق‌العاده است! در اینجا به ۸ نکته برای کمک به شما در ایجاد یک تاثیر اولیه بسیار عالی اشاره می‌کنیم:

۱. لیستی از ساختار و نحوه برگزاری مصاحبه تهیه کنید: مشخص کنید که این مصاحبه چقدر

طول می‌کشد و چیزی که شما نیاز دارید آن را به ارمغان بیاورد چیست. همچنین ایرادی ندارد برای اینکه از سازمان و یا شرکت سوال کنید که برای مصاحبه چطور باید لباس بپوشید. ممکن است برخی از شرکت‌ها در صورتی که لباس رسمی بپوشید تحت‌تاثیر قرار نگیرند.

۲. تا جایی که می‌توانید درباره افرادی که با شما مصاحبه می‌کنند، اطلاعات کسب کنید. وب سایت

آن‌ها را بررسی کنید، محصولات شرکت را امتحان کنید، و با رویکرد آن‌ها آشنا شوید. در

- صورت امکان، برخی از تحقیقات آنلاین در مورد فرد مصاحبه کننده را انجام دهید، برای مثال وبلاگ آنها را بررسی کنید، مقالات را مطالعه کنید و فید توئیتر آنها را مرور کنید.
۳. یک نسخه چاپی از رزومه و شرح شغلی خود به همراه داشته باشید.
۴. چارچوب خود را بشناسید. آماده باشید که به برخی از سوالات خاص پاسخ دهید.
۵. برای انجام یک پروژه آزمایشی یا فعالیت عملی در محل مصاحبه آماده باشید!
۶. سه سوال در مورد شرکت و یا محصولی که ارائه می کنند آماده کنید، و در جلسه مصاحبه مطرح کنید.
۷. با سوالاتی که از آنها می خواهید پرسید به جلسه بروید، و در پایان مصاحبه اگر سوال های شما مطرح نشده اند آنها را مطرح کنید.
۸. با شور و شوق ارتباط برقرار کنید. دلیل این موضوع "چرا هایی که باید از خود پرسید" است که در ابتدای این کتاب درباره آن بحث کردیم. بگذارید مصاحبه کننده بداند که چه چیزی درباره تجربه کاربری وجود دارد که شما را به این اندازه هیجان زده می کند.
- "من باید به چشم شما نگاه کنم و شور و اشتیاق شما را برای کاری که انجام می دهید، ببینم. من می خواهم با افرادی کار کنم که به اندازه من هیجان زده هستند. و شما باید با افرادی که شور و اشتیاق یکسانی دارند کار کنید تا بتوانید چیزهایی یاد بگیرید. همه به آنچه که انجام می دهند علاقه ندارند، اما مدیران استخدام با تجربه و حرفه ای فقط می خواهند که بتوانند تیم هایی عالی بسازند."
- پاتریک نیمن^۹ در مقاله: [چگونه افراد را برای شغل طراحی تجربه کاربری استخدام کنیم؟](#)

^۹ Patrick Neeman

سوالاتی که ممکن است در زمان مصاحبه از شما پرسیده شود

ما لیستی از سوالات رایج مصاحبه های تجربه کاربری را برای شما قرار داده ایم. در حالی که این یک لیست کامل نیست، اولین باری که آن ها را می خوانید اگر بتوانید به راحتی به همه سوالات پاسخ دهید، پس شما در گروه اقلیت کوچکی قرار می گیرید که به انجام هیچ آمادگی برای مصاحبه نیازی نخواهند داشت.

اگر مثل بقیه افراد، در مورد چند سوال که باعث انحراف ذهن شما میشود، آنها را رد می کنید. پس یک قدم به عقب برگردید و دلایل رفتار خود را جستجو کنید، از خود بپرسید:

۱. این سوال از چه نوع است؟ و چرا من برای پاسخ دادن به آن تلاش کنم؟
۲. کجا شکاف گسترده ای وجود دارد که من باید با یادگیری آن را پر کنم؟ یا با خودآزمایی و یا با تجربه؟
۳. چه سؤالی دیگری از این قبیل ممکن یا احتمالاً وجود دارد؟ چگونه می توانم خودم را بهبود بخشم تا بتوانم راحت تر به موارد مشابه پاسخ دهم؟



اجازه ندهید که سوال های حاشیه ای تمرکز شما را برهم بزنند

اغلب هدف سوالات نامربوط و حاشیه ای این است که ببینند شما چگونه با این موارد غیرمنتظره کنار می آیید، نه اینکه پاسخی صحیح را دریافت کنند. حتی پرسش های بسیاری که ما دیده ایم ممکن است توسط طراحان با تجربه پیش بینی نشوند، و برخی از آن ها حتی ممکن است پاسخ صحیح یا غلطی داشته باشند. به جای آنکه استرس داشته باشید، کمی تمرین کنید، و در پاسخ اغلب سوال ها فقط به خودتان اعتماد کنید؛ شما برای شغلی که برای شما مناسب است استخدام خواهید شد.

سوال های خودتان را بپرسید

به یک مصاحبه شغلی در مورد تطبیق خودتان با کسب و کار و افرادی که با آن ها کار خواهید کرد بروید. این یعنی تصمیم گیری در مورد اینکه آیا شما مشغول به کار خواهید شد، تنها به کارفرما بستگی ندارد - شما نیز بخشی از این انتخاب را بر عهده دارید. شما باید برای مشخص کردن اینکه آیا این سازمان برای شما مناسب است یا خیر، به بررسی خود ادامه دهید. در اینجا چند سوال وجود دارد که می توانید آنها را بپرسید:

- شما چگونه یک روز کاری معمولی را برای این موقعیت شغلی توصیف می کنید؟
- نظرتان درباره کار کردن در اینجا چیست و چه چیزی ممکن است تغییر کند؟
- ساختار تیم به چه صورت است؟ و چه کسی با من همکاری خواهد کرد؟
- استعدادهای سایر اعضای تیم چه چیزهایی هستند؟

- آیا این یک موقعیت شغلی جدید است؟ اگر این طور نیست، کارمندان قبلی چه گونه کار می کردند؟
- یک پیشرفت در موقعیت شغلی من در شرکت چگونه است؟
- در این شرکت چه سطح حمایتی برای تجربه کاربری وجود دارد؟
- آیا فرصتی برای مربیگری و دیگر اشکال توسعه حرفه‌ای وجود دارد؟
- آیا شما به لیست منابع آموزشی من علاقه مند هستید؟

بعد از مصاحبه

حتما بعد از تمام شدن مصاحبه از کارفرما برای جلسه تشکر کنید. اگر بعد از مصاحبه کارفرما به شما شغلی را پیشنهاد داد، این چیزی نیست که در مورد آن عجله کنید. زیرا شما دقیقا برای استخدام شدن در مصاحبه شرکت کرده اید. با این حال اطلاعاتی را که از مصاحبه به دست آورده‌اید ارزیابی کنید. یک کارفرما باهوش اگر اشتباه و تناقضی در اطلاعات شما ببیند، قطعاً شما را رد می‌کند.

- پول همه چیز نیست، اما آیا پولی را که به شما پیشنهاد می دهند با چیزی که به آن اعتقاد دارید و ارزش کار شماست مطابقت دارد؟
- آیا این کار به اندازه کافی چالش برانگیز است که شما را به چالش بکشد؟ آیا پتانسیل یادگیری سریع وجود دارد؟ یا این که آیا با کارهای مدرن زیادی درگیر می شوید؟
- آیا در این شرکت کسی هست که بتواند شما را راهنمایی کند، شما را به چالش بکشد و به توسعه حرفه‌ای شما کمک کند؟
- آیا از افرادی که با آنها کار خواهید کرد خوشتان می‌آید؟ آیا می‌توانند به شما کمک کنند رشد کنید؟ آیا آنها نسبت به کاری که انجام می‌دهند شور و هیجان دارند؟

- آیا از لحاظ رفت و آمد به محل کار، شرایط مطلوب و مناسب است؟ هزینه و زمان رفت و آمد را حتما در نظر بگیرید.
 - آیا با کار در این شرکت، کارهای بیشتری خواهید داشت؟
- اگر پاسخ به این سوالات نشان می دهد که این کار رویایی شماست، پس به دنبال آن بروید! و اگر فقط یک یا دو نقطه مبهم وجود دارد، حتما آنها را با مصاحبه کننده خود در میان بگذارید.
- در بیشتر موقعیت ها، اگر شما کاندیدای مورد نظر آنها باشید، می توانید در مورد مذاکره صحبت کنید. با این حال، به یاد داشته باشید که اگر از کارفرمای خود درخواست مصالحه کنید، شما نیز متقابلاً باید آماده باشید که همین کار را انجام دهید.
- در پایان ما تیم نویسندگان (و من سامان وحدت مترجم کتاب)، آرزو میکنیم که در زندگی حرفه ای خود به موفقیت برسید و همیشه بدرخشید.

پس از همین حالا دست به کار شوید و شغل خودتان را به عنوان یک طراح تجربه کاربری شروع کنید!

خلاصه فصل ۶ : استخدام شوید.

- برای استخدام در شرکتی درخواست دهید که طیف وسیعی از تجارب را در محیط های کاری مختلف به شما ارائه می کند.
- به خاطر داشته باشید که بسیاری از مشاغل ممکن است عنوان "UX" در آنها وجود نداشته باشد، اما هنوز هم این احتمال وجود دارد که این نوع شغل ها شامل یک مولفه ی بزرگ در زمینه تجربه کاربری باشند.

- یک نسخه آنلاین و یک نسخه چاپی از نمونه کارهای خود را با استفاده از الگویی که همراه با این کتاب ارائه شده است، برای خودتان ایجاد کنید.
- برای مصاحبه با استفاده از لیست سوالات متداول که در ضمیمه این کتاب قرار گرفته آماده شوید.
- باید در مورد شغل و سازمانی که قصد استخدام در آن را دارید، پرس و جو کنید تا مطمئن شوید که گزینه‌ی مناسبی برای شما است.

ضمیمه A: راهنمای شرکت در جلسات مصاحبه



مصاحبه ۱: ایریت ویلیام - مدرس آکادمی تجربه کاربری

مصاحبه ۲: کارن کالجان - مربی جذاب دوره های تجربه کاربری

مصاحبه ۳: آدام شیلینگ - شاغل در حوزه UX

مصاحبه ۴: مریدف نوبل - مربی UX



مصاحبه ۱ : ایریت ویلیام – مدرس آکادمی تجربه کاربری

ایریت به عنوان محقق تجربه کاربری در [healthmap](#)، که یک پروژه مدیریت برای افرادی که با بیماری اچ آی وی زندگی می کنند هست، کار می کند. و در زمینه طراحی تعاملی در حال به اتمام رساندن دوره استادی هست.

ایریت باشگاه کتاب [uxmelbourne](#) رو مدیریت و سازماندهی می کند، درباره تغییر رفتار کاربران صحبت و توصیه هایی برای طراحان تجربه کاربری علاقه مند به مراقبت های بهداشتی ارائه می ده.

[@irithwilliams](#) | au.linkedin.com/in/irithwilliams

خوشحال میشم داستانت رو بهمون بگی؟

من در حال حاضر، در حال تکمیل دوره استادی در طراحی تعاملی از طریق دانشگاه [QUT](#) در شهر بریزبن^۱ هستم. در ابتدا، من نمیخواستم که دوره استادی رو ثبت نام کنم، اما پروژه healthmap، که در حال حاضر در اونجا کار میکنم، یک پروژه ملی پزشکی و پژوهشی هست که بودجه پروژه رو دولت استرالیا تامین میکنه و همچنین برای طراحان ارشدی که در پروژه مشغول به کار هستن بورس تحصیلی ارائه میدن.

کارآموزی من در healthmap به عنوان یک کار طراحی منظم ارائه شد که تونستم برای نوشتن دو یا سه مقاله پژوهشی پایانامه کارشناسی ارشدم از اون کمک بگیرم. در اون زمان، ساده و راحت به نظر می رسید، اما خیلی پیچیده بود و مقررات و تشریفات اداری زیادی داشت!

از کجا درباره این فرصت مطلع شدی؟

من به دنبال هرگونه کار کارآموزی بودم، یک روز یک طراح وب با من تماس گرفت تا از یک فرصت کارآموزی طراحی در Healthmap در بخش بیماری های عفونی بیمارستان آلفرد با من صحبت کنه. healthmap از مدیریت شخصی برای شرایط مزمن پیری در جمعیت های موقعیتی hiv حمایت میکنه. این تیم یک طراحی ۸ هفته ای رو با کمک طراحانی از ایالات متحده سازماندهی کرده بودن و به کسی نیاز داشتن که بتونه داده های طراحی رو تولید کنه، و اون هم قبل از اینکه کار اصلی رو شروع کنند و تحلیلی بر روی این تحقیقات انجام بده. Healthmap دارای داده های کیفی از تحقیقات رسمی اجتماعی بود اما مشخص نبود که چطوری تصمیم دارن که این اطلاعات رو وارد فاز طراحی کنند.

محدوده فعالیت های Healthmap جاه طلبانه هست و به طور بالقوه شامل برنامه وب مبتنی بر کلینیک ها، اپلیکیشن برای سیستم عامل های مختلف تلفن همراه، پورتال بیمارستان ها و مربیان بهداشت مبتنی بر تماس تلفنی (voip) هست.

^۱ Brisbane

زمانی که من شروع به کار کردم، اطلاعات تیم شامل ۳۰ ساعت مصاحبه با بیماران مبتلا به اچ آی وی و حدود ۱۴ ساعت مصاحبه با کارگران بیمارستان بود. هیچ تحقیقی در زمینه طراحی انجام نشده بود. من برنامه‌ریزی کردم تا با برخی از کاربران نهایی صحبت کنم، اما اجازه نداشتم بدون تایید رسمی سازمان با بیماران صحبت کنم، که به یک فرآیند اداری طولانی نیاز داشت.

با توجه به اینکه من قادر به صحبت با کاربران نهایی نبودم، باید یک کار دیگه انجام میدادم، بنابراین برخی تمرینات طراحی برای تیم رو کنار هم قرار دادم. با اینکه بیماران، کاربران نهایی و اولیه ما بودند، ما مجبور شدیم که با متخصصین بالینی کار کنیم و مصاحبه و گفتگو ها رو انجام بدیم، بنابراین یکی از تمرین‌هایی که من انجام دادم، ساختن یک نقشه همدلی بود.

من می‌دونستم که ما هیچ اطلاعاتی از سمت پزشکان نداریم، بنابراین تحقیقات کاربری رو در تیم انجام دادم، و این سیستم رو از نقطه‌نظر دکترها بررسی کردم.

در یک دوره کارشناسی به طور کلی، راهنمایی‌ها و نظریه‌هایی وجود دارن که میتونید در این زمینه از اون‌ها استفاده کنید. چه راهنمایی و یا نظریه ای برای دوره کارآموزی خودتون در نظر داشتید؟

به لحاظ علمی، طراحی فشرده به عنوان کار میدانی طبقه بندی شده بود، بنابراین راهنما تا زمانی که مجبور شدم داده‌های خودم رو تحلیل کنم، به سراغ من نیومد. من با بسیاری از موانع پیش‌بینی‌نشده مواجه شدم، بنابراین یاد گرفتم که چابک باشم و نقش خودم رو در تیم طراحی کنم. استادان من در تحقیقات حوزه سلامت به خودی خود تجربه چندانی نداشتند، تخصص اون‌ها بیشتر استفاده از فناوری برای حمایت از جمعیت سالمندان بود. با این حال، حوزه مورد علاقه خودم رو در یک محیط سخت و حساس حفظ کردم، محیطی که من در اون کار می‌کردم. کارکردن در چنین محیطی مزیت‌های مفیدی برای من داشت.

آیا فکرمیکنی مدرک دانشگاهی که تو در اونجا در رشته طراحی تعاملی مشغول به

تحصیل هستی، با توجه به چشم انداز شغل تجربه کاربری به نفع تو عمل میکنه؟

من فکر نمیکنم که داشتن یک مدرک استادی تاثیر زیادی داشته باشه. به عقیده من در صنعت بهداشت، مزیت فرهنگی بیشتر از یک مزیت عملی یا منطقی ارزش داره و مهم هست.

نظرت درباره تحصیلات دانشگاهی و تاثیر اون در پیدا کردن یک شغل طراح تجربه

کاربری چیه؟

همکاران محقق من از من درخواست میکنن که در مورد چگونگی بهره برداری از تجربه کاربری به اونها کمک کنم. محققان طراحی به طور سنتی ایده های کمی در مورد انجام طراحی در زمینه UX دارند. زمانی که دانشگاه ها نیاز به ایجاد تکنولوژی برای برنامه های خودشون دارند، این مرحله به مرحله پیش نمونه ای از "اثبات مفهوم" تبدیل میشه. اگر این فناوری موفقیت آمیز نباشه، این یک شکست نیست زیرا این یک نتیجه جالب رو به همراه داره، تجربه ای که موجب موفقیت میشه. این برای محققان طراحی بسیار نادر هست که تکنولوژی بسازند تا اون رو به دنیای واقعی و برای مردم واقعی ارائه کنند. در دانشگاه کار محققان بیشتر در مورد این هست که یک ایده داشته باشند، و راهی برای آزمایش اون پیدا کنند، سپس بر روی فرایند تمرکز کنند و بوسیله ارزیابی کردن بفهمند که چه اتفاقی افتاده.

پژوهش طراحی بسیار متفاوت از انجام دادن طراحی است. تحقیق برای استراتژی طراحی مفید هست و همچنین زمانی که حوزه خاصی رو علاقه داشته باشی و بخوای اون رو دنبال کنی، اما نه به طور خاص برای یک فرد شاغل. من فکر میکنم طراحان خدمات بیشتر مایل به رفتن به دانشگاه هستند، چونکه مباحث فکری بزرگی برای اونها وجود داره. دانشگاه به شما اجازه میده تا بر روی یک تفکر بزرگ تأمل کنید و همچنین در مورد پیچیدگی اون فکر کنید.

فعالیت دانشگاه‌ها تماما در مورد کارهای تحقیقاتی هست و جایی برای دوره‌ها یا کارگاه‌های حرفه‌ای نیستند. بسیاری از فارغ التحصیلان کارشناسی ارشد و حتی دوره‌های phd به این فکر می‌کنند که مجبور به کار به عنوان یک طراح کارآموز هستند زیرا به طور ناگهانی متوجه میشن که بسیاری از چیزهایی که در دانشگاه یاد می‌گیرن، به طور مستقیم قابل اجرا نیست.

آیا برای افراد تازه‌کار، توصیه می‌کنی که در جایگاه یک طراح ارشد کارکنند و خودشون رو به چالش بکشند، یا مثل خودت در دوره دانشگاهی مدرک کارشناسی طراحی تعاملی شرکت کنند و آموزش ببینند، به نظرت کدام گزینه بهتره؟

من قطعا توصیه میکنم که در جایگاه یک استاد برای توسعه شغلی و حرفه‌ای خودشون مشغول به کار بشند. و اگر در شغلی که هستند از مشتریان شرکت خسته شدن، پس یک کار تحقیقاتی میتونه برای اونها مناسب باشه. در تحقیقات، طراح به برخی از نتایج برجسته دست پیدا میکنه. من محققان تحصیل کرده زیادی رو ملاقات کردم که کارهای معقولی به عنوان یک طراح حرفه‌ای داشتند و اونها هم از این همه مشتری و کار و یکنواختی تا حدودی خسته شدن. این دسته از افراد به کارهای خلاقانه تری نیاز دارند. در کل منظورم این هست که همه چیز بستگی به شرایط خود فرد داره و اون هست که باید سیستم کاری خودش رو به نحوی بسازه که کار براش خسته کننده و یکنواخت نشه.

اگر به دنبال آموزش در یک دوره حرفه‌ای هستید، من به شما توصیه می‌کنم که دوره‌ای رو یاد بگیرید که حتما برای اون فرصت‌های کارآموزی زیادی وجود داشته باشه. دوره‌ای رو انتخاب کنید، که روابط بسیار قوی و خوبی با صنعت و کارهای عملی داره.

نمونه کارهای شما معمولا در چه قالبی ارائه میشه؟

من بعد از خوندن یک مقاله‌ای درباره مهارت هایی که در طراحی UX باید داشته باشیم، برای خودم نمونه کارهام رو درست کردم. یکی از اون مهارت ها داستان گویی بود. من به این نتیجه رسیدم که در بعضی از قسمت ها تجربه زیادی ندارم و باید روی اون دسته از مهارت ها تمرکز کنم. پس تصمیم گرفتم که در نمونه کارهای خودم نشون بدم که چه مهارتی داشتم و اونایی که نمیشناختم رو پرورش دادم. برای نشون دادن مهارت ها و توانایی ها حتما نیازی نیست که روی یک پروژه واقعی کار کنیم. وقتی شروع به کار کردم من هیچ مهارتی در طراحی نداشتم برای همین تصمیم گرفتم که طراحی اسکچ رو با طراحی وب سایت شخصی خودم شروع کنم و حتی اون رو به عنوان نمونه کار معرفی کردم.

یکی از پورتفولیوهای بعدی من یک مطالعه موردی ۵ صفحه‌ای هست که در مورد یکی از تحقیقات زمینه‌ای برای دوره لیسانس خودم انجام دادم. نتیجه تحقیقات رو که روی سایتم ارائه میشه خلاصه کردم و مستندات اصلی چیزی در حدود ۴۰ صفحه هست. هدفم نشون دادن مهارتی هست که در تحقیقات دارم، می تونم یک کار تحقیقاتی وسیع رو انجام بدم و نتیجه رو به چیزی ساده و قابل هضم، قابل دسترس و روشن تبدیل کنم.

فکر نمیکنم نیازی باشه که یک طرح گرافیکی خوب در پورتفولیو خودم تولید کنم. من هرگز چنین شخص نخواهم بود، و من طراحان تجربه کاربری موفق رو میشناسم که اصلا طراح بصری انجام نمیدن. اما یک طراح UX باید بتونه طراحی گرافیکی رو درک و نقد کنه و همچنین باید بلد باشه که طراحی رابط کاربری رو خلاصه کنه.



مصاحبه ۲ : کارن کالجان – مربی جذاب دوره های تجربه کاربری

کارن بیش از ده سال در طراحی تعاملی، معماری اطلاعات و طراحی تجربه کاربری، تجربه کسب کرده و از تجربه کار با مشتری های معمولی خودش چیزهای زیادی یادگرفته تا به یک مربی طراحی همه جانبه طراحی UX تبدیل بشه، اولین دوره (UXDi) خودش رو در استرالیا برگزار کرده.

کارن به عنوان یک تحلیل گر کسب و کار کارش رو شروع کرده و کمی بعد به سمت UX تغییر شغل داده، او در زمینه های تحقیقات کاربری، استراتژی تجربه کاربری، معماری اطلاعات و مدیریت تیم های UX مهارت های خیلی خوبی داره.

[linkedin](#) | [پروفايل در وب سايت general assembly](#) | [@kcallaghans](#)

شما در general assembly چه کار میکنی؟

من مربی طراحی دوره کامل تجربه کاربری هستم، یک برنامه همه‌جانبه ۸ هفته‌ای کامل، که برای افرادی طراحی شده که با UX آشنایی ندارند. این دوره برای معرفی تمامی زمینه‌ها و فعالیت‌های حوزه UX به دانشجویان تشکیل و سازماندهی شده.

پیش زمینه کاری شما چیه؟

من کارم رو در گروهی که مسئول استخدام ها بود شروع کردم و در معرض همه جنبه‌های تجربه کاربری از جمله تحقیق، طراحی اسکچ، مدیریت تیم های مستقل، مشاوره و مشارکت با آژانس دیجیتال قرار گرفتم. شروع به کار در یک حوزه کاری جدید خیلی سخت بود، اما من کارم رو به خوبی انجام دادم. به طوری که از موسسه general assembly به من پیشنهاد دادن که بخشی از اونها باشم. من عاشق صنعت UX هستم و می‌خوام شاهد توسعه و پیشرفت عملی تجربه کاربری در استرالیا باشم.

موسسه general assembly، ساختاری رو در اطراف فعالیت هایی که در حوزه ی UX هستن قرار میدن، و اون وقت متوجه میشیم که ما چه چیزهایی رو می‌تونیم تولید کنیم، چه چیزی هستیم و چه چیزی نیستیم. من فکر می‌کنم UX در حال حاضر بسیار بد تعبیر شده، مردم چیزی رو که دوست دارند و دوست ندارند، درک می‌کنند. و درک این انگیزه‌ها جایی هست که ما وارد میشیم.

من معتقدم که کمک به افرادی که تصمیم دارند وارد این صنعت بشن و نشون دادن راه درست به اونها، فرصتی عالی برای حمایت فعالانه از رشد جامعه طراحان تجربه کاربری هست.

ساختار دوره هشت هفته ای که در موردش صحبت کردی به چه صورت هست؟

در این دوره، دانش جویان با تمام مراحل یک پروژه UX آشنا میشند. ما اون ها رو با فعالیت‌های مختلف، ابزارها و روش‌های تحقیقی که افراد حرفه‌ای در محیط‌های واقعی از اون استفاده می‌کنند آشنا میکنیم. مهم‌تر از همه اینکه، ما چیزهایی رو که معمولا در کلاس ها تدریس نمیشند، مانند مدیریت جلسه با ذینفعان پروژه، ارتباطات بصری و تکنیک‌هایی که برای ارائه طراحی به صاحب کسب و کار نیاز هست رو مطرح می‌کنیم.

ما در روند آموزش خودمون خطرهایی رو به دانشجو ها نشون میدیم که ممکنه در طراحی یک نمونه اولیه این پیام رو به ذینفعان پروژه برسونه که فرایند پیاده سازی در حال شروع شدن هست.

دانشجویان اغلب در مورد تجربه های من حرف میزنن می خندن، در مورد برخی از درس های که من در طول سال ها یاد گرفتم، من فکر می کنم این مثال های واقعی یک مزیت باحال این دوره هست. بهترین مزیت (؛ . به عنوان یک مربی که یک متخصص هم هست، ارزش افزوده ای که من برای موارد درسی دارم، تجربیات شخصی من و اطلاعاتم از وضعیت فعلی بازار هست.

به نظر میرسه که برقراری ارتباط در عرض ۸ هفته با دانشجویها، یک کار خیلی بزرگ و پیچیده هست. دانشجویها چه انتظاری از فرایند یادگیری میتونن داشته باشن؟ شکاف بین تئوری و عمل کجاست؟

قطعا همپوشانی بسیار زیادی وجود داره، البته برنامه آموزشی بسیار پرمحتوا هست، اما معمولا برای دوره یک ایده همیشگی داریم. آشنا کردن دانش دانشجویان با واقعیت های صنعت تجربه کاربری و فعالیت هایی که اون ها رو قادر میسازه تا در UX شغلی پیدا کنند. این دوره آموزشی به اونها اطلاعات کافی رو برای استخدام شدن در یک شغل UX میده، همچنین به دانشجویها کمک می کنیم تا نحوه ایجاد این اطلاعات (نمونه کارها) رو درک کنند.

آیا در این دوره پروژه های هم وجود داره که دانشجویها برای تمرین تئوری هایی که یاد گرفتن، با اون کار کنند؟

آره، هر دانشجو بر روی چهار پروژه در طول دوره کار می کنه و سطح دشواری هر پروژه در طول هشت هفته افزایش پیدا میکنه. در واقع این پروژه ها به تدریج از نظر سیستم آموزشی دشوارتر میشن. خروجی ها، ذینفعان، کاربران و نیازهای طراحی به مرور بیشتر میشن. اولین پروژه تنها در طول مدت یک هفته و با یک کاربر هست. پروژه دوم کمی طولانی تر هست و ما لایه های بیشتری از پیچیدگی رو با چندین کاربر و نیازهای مختلف به دانشجو معرفی می کنیم. در پروژه سوم، دانشجویها کارهای تحقیقاتی و طراحی چندین پرسنا رو انجام میدن. آخرین پروژه ای که هر دانشجو روی اون کار میکنه، یک پروژه واقعی هست. این کار به مدت سه هفته ادامه داره و ما با مشتریان واقعی کار می کنیم.

دانشجویها به جمع آوری اطلاعات با ارزش و واقعی کسبوکارها مشغول میشن، مذاکرات با سهامداران و صاحبین پروژه رو انجام میدن. طراحی های خودشون رو آزمایش می کنند تا مطمئن بشند که مشکل رو قبل از راه حل شناسایی کردن. اونها یاد میگیرن که چطور طراحی رو تکرار کنند و چطور نیازمندی های کسبوکار رو به یک راه حل طراحی تبدیل کنند. دانشجویها همچنین یاد میگیرن

که سهامداران پروژه همیشه درک نمی‌کنند که به چه صورتی مشکلاتی که دارند رو باید بیان کنند، و اینکه چطور باید نیازمندی‌های سهامداران رو تفسیر کنند.

ما بر روی قابلیت همخوانی با بازار کار میکنیم، بنابراین ابزارهایی رو که در زمینه‌های مورد نظرمون هستن رو از نظر هزینه و کارایی هدف قرار میدیم و بررسی میکنیم. برای مثال، برای ساخت پروتوتایپ نرم افزار Axure و برای طراحی وایرفریم‌ها هم omnigrafile رو معرفی میکنیم. ما دانشجوها رو از طریق طراحی تعاملی و راه اندازی نمونه اولیه راهنمایی می‌کنیم.

چشم انداز واقع بینانه از شغل‌های خارج از دوره شما به چه صورت هست؟ و دانشجویهای این دوره رو برای چه نوع نقش‌هایی آماده می‌کنید؟

اغلب مشتری‌ها چیزی مثل تک‌شاخ افسانه‌ای می‌خوان و بعد از اینکه کسی همه‌کاره هست ناامید میشن! صنعت در حال رشد هست و تقاضای زیادی برای UX وجود داره، اما اکثر نقش‌ها در سطح ارشد قرار دارن. این وضعیت نشون دهنده این واقعیه که افراد باتجربه زیادی در اطراف ما وجود ندارند اما کارهای زیادی وجود داره. علاوه بر این، UX یک صنعت نسبتاً جدیدی هست که کاملاً درک نشده.

من با بسیاری از شرکت‌ها و موسساتی که کار میکنم کم‌کم متوجه میشم که نیاز به استخدام کردن کارمندهای جدید و توسعه جایگاه اون‌ها دارن. من تیم‌های زیادی رو مدیریت کردم و در اون‌ها نیروهای جوان رو در آموزش دادم همچنین به چندین تیم مشاوره دادم و اون‌ها رو سازماندهی کردم. کار تیمی قطعاً میتونه یک رویکرد موفق باشه چرا که جوانان برای مدت‌زمان طولانی در یک تیم معروف و مطرح که داره برنند هم میشه کار می‌کنند و بنابراین درک عمیق‌تری هم از کاربران و هم از مشتریان خودشون بدست میارن.

من فکر می‌کنم ورود به هر صنعت جدیدی کار دشواری هست، و این صنعتی هست که در اون بسیاری از پروژه‌ها که روی اون‌ها کار می‌کنید به صورت موازی به پیش میرند. در چند سال ابتدایی کار خودتون نیاز دارید که یک متخصص عمومی^۲ باشید. در طی این دوره درباره شناختن محدودیت‌های فرد به عنوان طراح و ایجاد یک شبکه صحبت می‌کنیم تا طراح بتونه با افراد جدید صحبت کنه. در این پژوهش به بررسی طراحی محتوای استراتژی و چگونگی موفقیت‌آمیز بودن کار با استراتژی‌های محتوایی می‌پردازیم.

^۲ generalist

ما چگونگی شبکه سازی و همکاری با طراحان گرافیک، کپی رایتر ها، استراتژیست های دیجیتال، استراتژیست های برند و متخصصان تحقیق رو پوشش میدیم. ما دانشجویها رو تشویق می کنیم که بعضی از رویدادهای واقعی رو شناسایی، شرکت و شبکه سازی کنن.

من نمیدونم آیا این آموزشهای ما منحصر به فرد هست یا نه، اما افرادی رو در این زمینه میشناسم که برای آموزش دادن به دانشجویها خیلی سخاوتمند هستند؛ کلا هر همه افرادی رو که در UX ملاقات می کنید به نظر میرسه که تصمیم دارن به همدیگه کمک کنند و این همون یکدلی^۳ در تجربه کاربری هست.

آیا یک دانشجو به یک پیش زمینه خاص ذهنی نیاز داره تا بتونه بیشترین بهره رو از دوره آموزشی دریافت کنه؟

اگر دانشجو قبلا یک طراح گرافیک بوده باشه، و یا پس زمینه رشته های روانشناسی داشته باشه، در مقایسه با کسی که دید تجاری و کسب و کار داره درس های دوره آموزش ما رو بهتر درک میکنه. به عنوان مثال: همه دانشجویها قبل از اینکه وارد این دوره بشند، یک فرایند مصاحبه رو دارن و اونها کارهای زیادی برای آماده شدن قبل از شروع دوره انجام میدن. برنامه های آموزشی آنلاین برای دانشجویها در دسترس هست، بنابراین اگر اونها یک پس زمینه برنامه نویسی داشته باشن، میتونن برخی از تکنیک های پیاده سازی در مورد طراحی که انجام میدن رو ببین. اون ها نیازی به دونستن نحوه کدنوشتن ندارن، اما داشتن یک پیش زمینه در این مورد به اونها کمک شایانی میکنه.

اگر یک پیش زمینه طراحی گرافیکی داشته باشید و تئوری طراحی بصری رو درک کنید، ممکن هست فرایند یادگیری برای شما ساده تر باشه، اما شما میتونید مهارتهایی عالی به عنوان یک طراح بصری داشته باشید، اما نه شنونده خوبی باشید، و تجربه ایجاد همدلی رو نداشته باشید و اینها همه چیزهایی هست که باید روی اونها کار کنید.

اینها ویژگی هایی هستن که هر طراح UX باید داشته باشه و برخی از اون توانایی ها رو واقعا نمی تونیم آموزش بدیم. این چیزها بسیار شخصی هستن، ما با رفتار و عواطف انسانی سروکار داریم. یادگیری استفاده از ابزارها و نرم افزارها ساده هست، اما مهارت و تجربه داشتن اغلب مهم تر از تکنیک و ابزار هست.

^۳ empathy

دانشجوهایی دوره در چه سطحی هستند؟

موسسه general assembly تعداد زیادی از دانش آموزان مدارس رو به خود جلب نمیکند، دانش آموزان به احتمال زیاد تغییر می کنند. بطور کلی، دانش آموزان حداقل ۳ تا ۵ سال تجربه تجاری دارند، اما درک روشنی از این مسئله دشوار هست اینکه واقعا این دانش آموزها با سن کم تا کجا بتوانند پیشرفت کنند، چرا که این اولین باری هست که این دوره در استرالیا در حال برگزاری هست. من معمولا در مورد برنامه هایی که داریم با همکارانم حرف می زنم. افرادی که در نقش های مدیریتی تاثیر گذاری هستند، برای مثال رئیس دپارتمان های UX. و با اونها کار میکنم تا بفهمند که موضوع چی هست. اون ها در مورد این دوره آموزش دلگرم کننده و هیجان زده هستند و به نظرشون خیلی خوبه که در آینده افراد با مواجهه بیشتر با این روش ها وارد صنعت UX میشوند.

حتی اگر در دو سال گذشته در UX مشغول به کار بودید، ممکن هست هرگز یک تحقیق به صورت پرسشنامه رو انجام نداده باشید، یا با یک پروژه طراحی برای دسترس پذیری برخورد نکرده باشید. در این دوره، شما حداقل در معرض این فعالیت ها قرار میگیرین و همیشه میتونید به یادداشت های درس ها رجوع کنید. من فکر می کنم که UX یک صنعت در حال توسعه با تکنیک ها و ابزار مختلف هست، که واقعا موضوع جالبیه.

زمانی که من اولین بار کار خودم رو شروع کردم، یک مشاور تست های کاربر پذیری بودم و از اون به بعد به عنوان یک استراتژیست، معمار UX، و طراح تجربه کاری نقش های مختلفی رو انجام دادم، من هنوز هویت خودم رو در این صنعت تعریف نکردم. دنیای تجربه کاربری خیلی گسترده هست. من میدونم که در حال حاضر در چه جایگاهی قرار دارم و در مورد اینکه چقدر میتونم پیشرفت کنم واقعا هیجان زده هستم.

موسسه general assembly به چیزی که صنعت UX در سطح جهانی انجام میده نگاه میکنه. من فکر می کنم مهارت های UX در سطح بین المللی قابل انتقال هستند. ما در اطراف درک افراد قرار داریم، در درجه اول در اینترنت، بلکه از طریق هر تکنولوژی یا خدماتی که با اونها کار می کنیم. و اونها همه بین المللی هستند!

زمانی که دوره آموزشی رو به پایان میرسوند، چه حمایتی از فارغ التحصیلان خودتون میکنید؟

یک برنامه کارآموزی برای فارغ التحصیلان وجود داره. به عنوان مربی دوره، هدف من هدایت درس‌ها، و حصول اطمینان از این موضوع هست که برنامه آموزشی با بازار کار استرالیا مطابقت داشته باشه. بسیاری از این پروژه‌ها در گذشته مبتنی بر وب بودند، اما با توجه به افزایش حضور تلفن‌های همراه، ما در طول دوره skewing برای موبایل‌های ios، android رو آموزش میدیم. این رویکرد به دانشجویها کمک میکنه تا برای پروژه‌هایی که بعد از اتمام دوره برای بازار میخوان انجام بدن آماده بشند. دنیای تکنولوژی به سرعت در حال تغییر هست، بنابراین باید بتونند که با مسیر سازگار بشند.

چه توصیه ای برای افرادی داری که به دوره ها و مدارک تحصیلی خودتون تکیه می کنند، اون هم زمانی که موسسه تخصصی مثل General Assembly ، و یا دانشگاه های مطرحی در زمینه طراحی در مقابل اونها قرار دارند؟

ورود به صنعت طراحی تجربه کاربری با داشتن یک زمینه آموزشی به عنوان یک کارآموز کار دشواری هست. من خودم رو خیلی خوش شانس میدونم که در زمانی که چنین صنعت جدیدی در حال رشد بود، با اون هماهنگ شدم. اگر شما بتونید در یک دوره آموزش شغلی شرکت کنید، این عالی هست، اما فکر میکنم که شما به طور بالقوه می تونید در جایی مثل استارتاپ ها به نتیجه برسید، جایی که شما تیمی ندارید که به شما کمک کنند با ابزارهایی که در دسترس هستند کار و پیشرفت کنید. استارتاپ ها دقیقا جایی هستند که شما خودتون روی پای خودتون وایساید و کسی هم به شما کمک نمیکنه در طراحی، باید بجنگید تا پیروز بشید.

اگر شما بتونید در یک تیم چهار یا پنج نفره، در یکی از بزرگترین بانک ها یا شرکت های بیمه، به عنوان یک طراح مبتدی مشغول به کار بشید، پس این یک فرصت عالی هست، اما من فکر می کنم استخدام شدن در چنین جاهایی بدون نوع آموزشی که ما ارائه میکنیم فوق العاده نادر هست.

دانشگاه قطعا مزایای خوبی داره، شما زمان بیشتری برای یادگیری و هضم مطالب دارید و در اطراف یک گروه بزرگتر از اساتید و با منابع بیشتر هستید، اما دانشگاه رفتن نیاز به یک تعهد طولانی تر هم داره دانشگاه ها به شما مجوز های رسمی ارائه می کنند، بنابراین شما چیزهایی رو یاد می گیرید که بسیار تئوری هستند.

در موسسه General Assembly، ما چیزهایی رو که در محل کار تجربه می کنید به شما آموزش میدیم، اینکه چطور با سهامداران یک کسب و کار و مشکلاتی که در طراحی بوجود میاد برخورد کنید. من واقعا آرزو دارم زمانی که فردی برای اولین بار وارد این حوزه میشه، از خدمات موسسه ای مثل General Assembly بتونه استفاده کنه. من در حال مطالعه طراحی برای ویدئوها و بازی ها هستم و چیزهایی رو مثل کلدفیوژن یا CFML^۴ یاد گرفتم، که قبلا هرگز از اون استفاده نکرده بودم. من فکر می کنم که دوره های ما بسیار عملی تر، کوتاه و دقیق هستند. هفته اول از دوره آموزشی ما که بیشتر شامل مسائل تئوری هست، کمی فشرده و خسته کننده به نظر میرسه. در یک دوره هشت هفته ای، ایده ها و بسته های زیادی برای ارائه و آموزش وجود داره اما ایده اصلی این هست که طراحان به طیف وسیعی از ابزارها و تکنیک هایی که می تونند در مسیر طراحی تجربه کاربری از اونها استفاده کنند، معرفی بشند.

دانشگاه در این زمینه کاملا متفاوت عمل میکنه، یک چارچوب کاملا متفاوت و ساختاریافته که بیشتر در حوزه مسائل تئوری و پژوهشی قرار داره.

آیا هیچ جنبه دیگه ای از این دوره آموزشی وجود داره که دوست داشته باشی به اون اشاره کنی؟

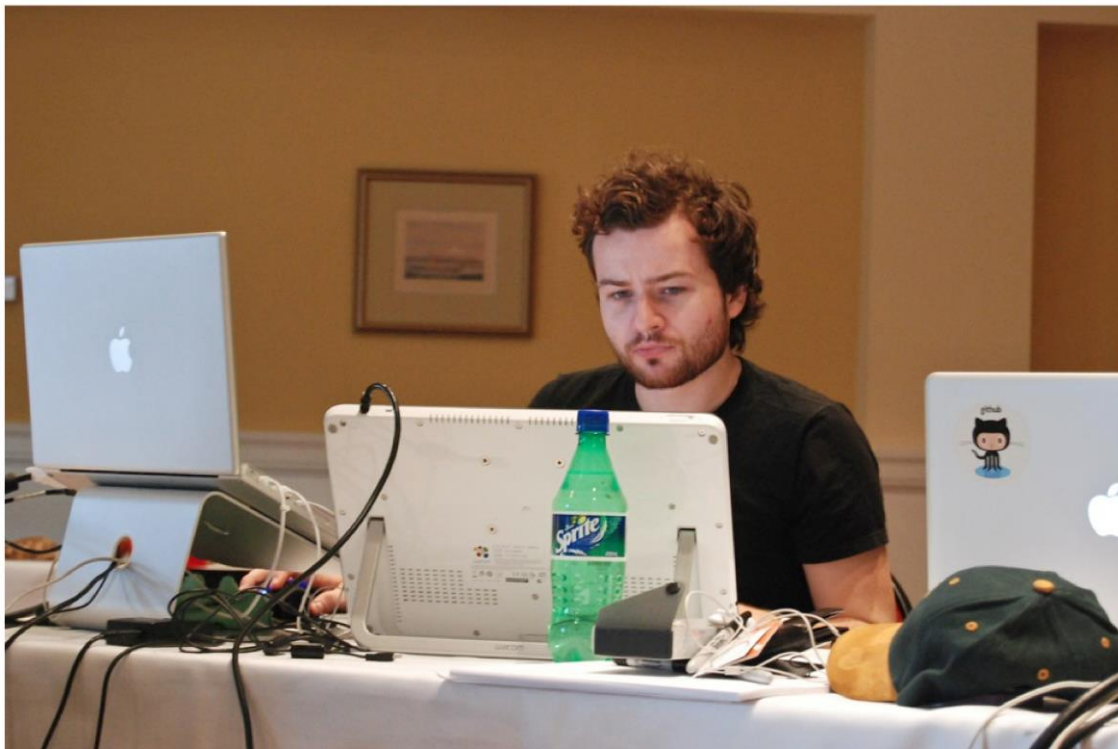
من واقعا نمی دونستم که چه انتظاراتی از برگزاری این دوره می تونستم داشته باشم. بعد از برگزاری اولین دوره و در هفته سوم واقعا غافلگیر شدم، سطح همکاری و حمایت دانشجویها واقعا عالی بود. صحبت کردن در اینباره واقعا سخت هست و همه از نقطه نظرهای متفاوتی با پس زمینه های ذهنی مختلف در این دوره شرکت میکنن. و من متوجه شدم که همه بچه ها به خوبی با همدیگه کار می کنند.

سطح کیفیتی که تنها در اولین پروژه انجام شد واقعا شگفت انگیز بود!! کل تیم آموزشی واقعا تحت تاثیر قرار گرفت. محتوای این دوره، سطح بالایی از درک رو فراهم میکنه و واقعا دانشجویها رو وادار به تمرین عملی تئوری هایی که یادگرفتن و کسب اطمینان از چیزی که درک کردن میکنه.

^۴ کلدفیوژن یکی از زبان هایی است که بر پایه Java از سال ۱۹۹۵ توسط شرکت ماکرو مدیا (Macro Media) در بازار تجاری دنیا رخ نشان داده است.

بسیاری از دانشجوها وسعت ابزار مورد استفاده در صنعت تجربه کاربری رو درک نمی‌کنند. اون‌ها به این فکر رسیدند که UX یک چیز خوبی هست، چیزی که برای مهارت‌های طراحی دیجیتال خودشون می‌تونند استفاده کنند. اما بعد از اینکه در دوره شرکت میکنند و اولین هفته رو پیش ما هستند، با تعجب به من میگن : " این فوق‌العاده هست، این دقیقا کاریه که من دوست دارم انجام بدم."

دانشجوها تجربه کاربری رو به عنوان یک تغییر شغل واقعی تلقی می‌کنند و نه تنها یک تغییر کوچک و ساده، واقعا هیجان انگیز هست. من واقعا غافلگیر شده بودم اما به شدت تحت‌تاثیر بینش اون‌ها قرار گرفتم.



مصاحبه ۳ : آدام شیلینگ - شاغل در حوزه UX

آدام، مدیر طراحی در آژانس طراحی دیجیتال dt ، پدر دو فرزند، طراح، تصویرگر، توسعه دهنده، گیمرو و یک گیگ واقعی هست.

@adamschilling | linkedin | dt.com.au | tractor.edu.au

تو الان مشغول به چه کاری هستی؟

من مدیر طراحی تجربه کاربری در آژانس طراحی دیجیتال DT هستم، مادر سه شهر شعبه داریم در ملبورن، سیدنی و اوکلند. من در تیم طراحی بصری و تیم طراحی تجربه کاربری هستم، بر روی کارها نظارت دارم و برای فعالیت های آینده DT برنامه ریزی می کنم. من در نهایت مسئول کیفیت تفکر طراحی و خروجی کارها هستم.

من اکثر وقت خودم رو صرف کار با مشتریان جدید و فعلی در پروژه ها و همچنین راه اندازی کسب و کارهای جدید میکنم. من خودم رو در تحقیق دخیل می کنم، بزرگ فکر میکنم و با تیم هایی با مهارت و ایده های عالی همکاری میکنم.

اولین کار تو چی بود؟

در دوره دبیرستان، در یک شرکت به اسم futurekids به صورت نیمه وقت کار میکردم. کار این شرکت آموزش به کودکان ۳ تا ۱۲ ساله بود اینکه چطور بتونند از کامپیوترها در کلاس استفاده کنند. من احتمالا در آن زمان ۱۶ سال داشتم. من این کار رو تا ۱۸ یا ۱۹ سالگی انجام دادم. در اون زمان تعداد نرم افزار های زیادی به طور خاص برای کودکان ساخته نشده بود. یک نرم افزار به اسم kidpix بود و چند نمونه دیگه هم وجود داشت، اما بچه ها ابتدا مجبور بودند که یاد بگیرند که چطور این برنامه ها رو پیدا و اجرا کنند. اینکه بچه ها رو هدایت کنیم که بیان و کار با سیستم رو شروع کنند، به تنهایی چالش بزرگی بود.

تسهیل یادگیری برای بچه ها چیزی بود که ما واقعا به اون نیاز داشتیم و باید راه حلی ارائه می کردیم. و این باعث شد که من از خودم سوال کنم که طراحی چطور انجام شده؟ نرم افزارهای کامپیوتری واقعا گرافیکی نبودن و بچه ها نمیتونستند با نرم افزارها کار کنند، اون ها باید آموزش داده میشدند.

بعدا، من در کمیسیون گردشگری استرالیا مشغول به کار شدم. در اونجا، من به ۲۰۰ نفر افراد بزرگسال کمک کردم که سعی داشتند با کامپیوترها، تلفن ها و دستگاه کپی کار کنند. ما کشف کردیم که اون ها همون مسائل مشابه بچه ها رو دارن!

اونها نمیتونستند فناوری اطلاعات رو درک کنند. در سرویس دهی، ما مودبانه لبخند میزدیم و درخواست های پشتیبانی اون ها رو با کد، "pebkac" به معنی "در تعامل با کامپیوتر مشکلی ایجاد شده" مییستیم. (که با نگاهی به گذشته متوجه شدم که کار ما دلسرد کننده نبوده).

و کاربر ها به ما میگفتن که احساس میکنند همه نرم افزار ها اون ها رو به حال خودشون رها کردن. در نهایت همه این اتفاق ها موجب شد که من به سمت طراحی محصولات دیجیتال تغییر مسیر بدم.

یادگیری طراحی رو از کجا شروع کردی؟

همه اینها با یک دوره ارتباطی طراحی گرافیک در دانشگاه استرالیای جنوبی شروع شد. من همیشه نقاشی رو دوست داشتم، بنابراین به طور خاص در زمینه طراحی تصویرسازی آموزش رو شروع کردم. من در دوره های آموزشی زیادی شرکت نکردم، اما خیلی هم از ساختار و قواعد دور نشدم، اصول طراحی گرافیکی رو مطالعه و بر روی مهارتهای تصویرسازی خودم تمرکز کردم. با این حال در اوقات فراغتم، من برای دوستانم (به صورت رایگان) کارهای طراحی وب انجام دادم و مهارت هایی که داشتم رو توسعه دادم، میدونستم که احتمالا این چیزی هست که من در آینده میخوام انجام بدم.

من در یک دوراهی بودم. دوستانم می گفتن: "تو اساسا یک هنرمند هستی، یک تصویرگر! آیا این کاری هست که میخوای ادامه بدی؟" اونها در مورد آینده طراحی تجربه کاربری مشکوک بودند، و به طور متقاعد کننده ای پیشنهاد میدادند که در رشته فناوری اطلاعات مشغول به تحصیل بشم. من در زمینه های سیستم های اطلاعاتی، شبکه سازی، برنامه نویسی وب و چندین دوره آموزشی مشابه شرکت کردم و چیزهای زیادی یاد گرفتم، همچنین در یک دوره کامل برای طراحی صفحات فرود در صنعت گردشگری شرکت کردم.

این دوره ها به من خیلی کمک کردن، حتی شاید بهتر از تحصیل در دانشگاه. در دوره های آموزشی رسمی شرکت کردم، مهارت های طراحی خوبی پیدا کردم، درک خوبی از بازاریابی (چندین گواهینامه گرفتم)، مهارت های تصویرسازی عالی و دانش اینکه چطور بر شبکه سازی مسلط بشم. با دوستان زیادی آشنا شدم و این به من کمک کرد تا اولین شغلم رو به دست بیارم.

چطور همه چیزهایی که یادگرفتی رو به یک نقش طراحی تجربه کاربری تبدیل کردی؟

در سال ۲۰۰۲، من وارد یک تیم وب در صنعت گردشگری شدم. تیم پروژه، همونطور که ما میدونستیم مسئول وب سایت southaustralia.com بود، پورتالی دولتی برای اطلاعات گردشگری و رزرو هتل. این اولین رویارویی من با بسیاری از سهامداران بود. در اون زمان من بیشتر با بازاریابی داخلی و تیم های خلاق کار میکردم. از لحاظ طراحی، تیم خلاق که با اونها کار میکردم به طور فزاینده ای وظایف طراحی کوچک تری رو به من واگذار میکردن - طراحی بنر، تنظیم قالب و وارد کردن اطلاعات

(چیزی مثل کار با سایت های وردپرسی) – و خود تیم اصلی هم بر روی کمپین های بزرگ تبلیغاتی یا تغییر نام تجاری^۵ کار میکردن.

در هر حال، من تونستم طراحی و توسعه وب سایت های کوچک تا متوسط رو یاد بگیرم و بسیار سرگرم کننده بود. و هر ماه فایل های لاگ وب سایت هایی که ساخته بودم رو نگاه و ترافیک وب رو بررسی میکردم. در همون زمان، من برای چند سفر جاده ای سبک هیچهایک^۶، ثبت نام کردم که در اون سفر ها با تورگایدهای گردشگری محلی ملاقات کردم. هدف از این کار، ترویج کار با وب سایت southaustralia.com و امکان رزرو به صورت آنلاین بود. تورگایدهای گردشگری با اصول اولیه مخالفت می کردند- اون ها نمی تونستند از وب سایت استفاده کنند (احتمالا مشکل دسترسی داشتن). این سفر جاده ای چشم های من رو باز کرد - این مشکل تنها در مورد توریست ها نبود، بلکه درباره تورگایدهای گردشگری و بسیاری از افراد دیگه هم بود. من شروع به فکر کردن درباره این موضوع کردم که چه افرادی قرار هست از وب سایت استفاده کنند و چه نیاز هایی دارند.

امروز برای من خیلی از جواب ها واضح هست، اما در اون لحظه واقعا شبیه کسی بودم که تشنه فهمیدن و حل مشکل بود. دوباره به دفتر کارم برگشتم، از تجربه هایی که در سفر بدست آورده بودم خیلی سرحال بودم و سریع اون ها رو با همکارنم مطرح کردم. احساس موفقیت خاصی نداشتم، من فقط از تجربه چندین ساله ای که داشتم استفاده کرده بودم.

بعد از سفر، تیمی که با اون ها کار میکردم با من یک جلسه مصاحبه گذاشتند، من برای مسئول مصاحبه احترام زیادی قائل بودم. در واقع، این تنها راه مناسب برای من بود که توانایی ها و دید من رو دوباره ارزیابی کنند. اگر اون ها فعالیت های من رو نقد نمی کردن، من آزاد نمیشدم و با شدت بیشتری به مطالعه بر نمیگشتم، نقد سازنده ای که از تجربه طراح حمایت کنه واقعا همیشه خوبه.

فکر میکنی چه مهارت خاصی مانع کار تو میشد؟

من فکر میکنم که خیلی متعصب بودم و خودم رو توی سن و سال خودم قفل کرده بودم. من نتونستم تصویر بزرگتری رو در اون زمان ببینم. من یک تصمیم فوری گرفتم که طراحی رو شروع کنم و با فتوشاپ شروع کردم به طراحی، خیلی سریع اسکچ طراحی کردم. همچنین، دیدگاه های من در

^۵ Rebranding

^۶ hitchhike

طراحی کاربر محور، هنوز برای من پراکنده بود و برای من معلوم نبود، بنابراین من به هیچ وجه در مورد طراحی های اولیه خودم احساس امنیت نمی کردم.

بنابراین مشکل در مورد مهارت های فنی نبود ...

آره، من مهارت های فنی داشتم. من فقط با دیدگاه خلاقانه رشد نکرده بودم - تمرکز من بیش از حد ضعیف بود. من هنوز طراحی رو به عنوان یک فرایند انعطاف پذیر در نظر نگرفته بودم. تشخیص این چیزها در نهایت باعث شد که من یک طراح تجربه کاربری بهتری بشم. من یاد گرفتم که گاهی باید به عقب برگردم و از خودم سوال کنم، "این چیز برای یک فرد خاص چه معنایی داره؟"

یاد گرفتن مهارت هایی مثل خوب دیدن، خوب شنیدن و خوب درک کردن همگی به من کمک کردن که گاهی به گذشته یک فرایند نگاه کنم، در نتیجه تمام این تجربیات کوچک و بزرگ به من کمک کردن که امروزه به اینجا برسم و به یک طراح متخصص تبدیل بشم.

اولین بار چه زمانی کلمه "تجربه کاربری" رو شنیدی؟

اولین بار این عبارت رو در حدود سال ۲۰۰۳ شنیدم. این موضوع رابطه نزدیکی با نمودار کلاسیکی داشت که جسی جیمز گرت^۷ در کتاب خودش "عناصر تجربه کاربری"^۸ به اون اشاره کرده بود. در اینجا بود که به نظرم رسید، روش دیگه برای توصیف چیزی که من در پروژه گردشگری تجربه کرده بودم وجود داره.

تو به چندین کتاب اشاره کردی. آیا برای تو کتاب ها مهم هستن؟ چطور این چیزها رو یاد گرفتی؟

زمانی که سفر خودم رو برای یادگیری شروع کردم، منابع و یا جامعه های محلی فعالی از طراحان وجود نداشت. در نتیجه من خودم رو مشغول جستجوی محتوای آنلاین کردم و مقالات زیاد از افراد مختلفی پیدا کردم، افرادی مثل استیو کروگ، جفری زلدمن، لیز دانزیکو، جیسون سانتا ماریا، جون هیکس و مولی هولزچلاک^۹.

^۷ Jesse James Garrett

^۸ The Elements of User Experience

^۹ steve krug, jeffrey zeldman, liz danzico, jason santa maria, jon hicks, molly holzschlag

در داخل استرالیا، و در ایالتی که هستم، من به شدت تحت تاثیر افرادی مثل John Allsopp ، Benzonon Low and Matte Magain. ، Lisa Herrod ، Cameron adams ، Russulsley قرار گرفتم. در اینجا من با تعدادی زیادی از پیشگامان قدیمی رشته تعامل با کامپیوتر و طراحی صنعتی در ارتباط بودم.

البته من نمیدونم که آیا اونها از موضوع کتاب شما اطلاع دارند یا نه، ولی من در همینجا از اونها تشکر میکنم. این افراد و وبلاگ های اونها برای من الهام بخش هستند و بر روی موضوعاتی مثل تحقیقات، طراحی تعاملی، قابلیت دسترسی و آینده همه این زمینه ها محتوا تولید میکنند که بسیار تاثیر گذار هست. در حقیقت من خیلی به خودآموزی اعتقاد دارم، برای مثال من کدنویسی جاوا اسکریپت رو در منزل خودم یاد گرفتم، همچنین طراحی وب با CSS و HTML. من به دوره های آموزشی یک موسسه نگاه کردم که میتونست این مهارت رو به من یاد بده، اما هر بار که با یک مدرس یا سخنران صحبت میکردم، متوجه میشدم که توانایی لازم رو برای آموزش چیزهایی که من نیاز دارم رو ندارند و اعتماد رو نسبت به مدرس و موسسه از دست میدادم.

چطور کار خودت رو پیدا کردی و چطور برای مصاحبه آماده شدی؟

همیشه به خودم ایمان دارم. تنها دو شغل وجود داره که در اونها احساس اعتماد به نفس بیشتری دارم، دوستانم همیشه مشاوره های خوبی به من میدن. من همیشه از سایت های شغل یابی آنلاین استفاده میکردم. در روز های اول، من فکر می کردم تنها راه برای رسیدن به یک شغل اینه که به خارج از کشور مهاجرت کنم، بنابراین به دنبال شغل معتبری برای خودم میگشتم. گاهی اوقات به نتیجه ای نمیرسیدم. بهترین راهی که پیدا کردم از طریق دوستان و همکارانم برای موقعیت های آتی بود. از طریق شبکه سازی راحت تر می تونستم شغل پیدا کنم.

من فکر میکنم باید به دنبال نوع خاصی از زبان در تبلیغ شغلی بگردیم، چیزی که با شخصیت کارفرما صحبت میکنه و نه به طور خاص این که ما چه کاری میخوایم انجام بدیم. من کار خودم رو با شرکت dt چند سال پیش به عنوان طراح تجربه کاربری شروع کردم، دوستم هوک در همون اوایل به من میگفت که: " ما به دنبال کسی نیستیم که وایرفریم ها رو بترکونه و برای مشتری بفرسته!". در این جمله چیزی به زبون غیر رسمی وجود داشت؛ همراه با پیامی مبتنی بر نیاز. که من فکر میکردم از نقش و افرادی که میخوام با اونها کار کنم لذت میبرم.

آیا تا به حال با افرادی که کار استخدام رو انجام میدن کار کردی؟

این روش برای من یک بار واقعا جواب نداد. ترجیح میدم که به خاطر زمینه فعالیت های تحقیقاتی و اینکه از طرف شخصی معرفی شدم استخدام بشم. با وجود این، من با افراد دیگه ای هم صحبت کردم که حتی در جلسات استخدام خودشون سوگند یاد کرده بودن! از لحاظ آمادگی برای مصاحبه ها، من معتقدم که بهتر هست همه کارهایی که داریم رو ارائه کنیم، بنابراین برای یک مصاحبه من تمام طرح های خودم و تمام تفکراتم رو میارم.

گاهی من واقعا نگران این بودم که کسی که قصد استخدام من رو داره خودش به تنهایی کارهای من رو قضاوت کنه و بر اساس اون تصمیم بگیره. من از جنبه فنی مهارت های خاصی دارم، اما اگر یک کارفرما علاقه ای به این موضوع نداشته باشه که من این تجارب رو چطور بدست آوردم، احتمالا من هم به این مصاحبه علاقه مند نیستم و جلسه رو ترک میکنم.

طوری که من با اونا مصاحبه میکنم، از اونها میخوام که در جریان مصاحبه من رو به چالش بکشند، و سوال کنند که من چه کارهایی انجام دادم تا حالا- معمولا یک معیار خوب برای این کار وجود داره که آیا من در اون نقش میتونم رشد کنم یا نه. در طول یک مصاحبه، اگر یک کارفرما از من پرسید که من چه نتیجه ای گرفتم، میتونم منطق خودم رو توجیه کنم، پس این جواب خوبی برای اونها هست. اگر نتونم این کار رو توجیه کنم و شغل رو به دست نیارم، بعد از این مصاحبه با آگاهی از اینکه چطور میتونم دفعه بعدی بهبود پیدا کنم، از این مصاحبه خارج میشم.

به نظر میرسه این شغلی هست که برای اون متولد شدی، چون تو یک گرافیکست و تصویر پرداز هستی و پیش زمینه تکنیکی داری. در مورد افرادی که یکی از این ویژگی ها رو ندارند، اما واقعا مشتاق و هیجان زده هستند که به دنیای تجربه کاربری وارد بشن چه پیشنهادی داری؟

زمانی که من به شغل خود فکر میکنم، میبینم که برای یک دهه یا بیشتر، طراحی کاربر محور انجام دادم. من با طراحان و توسعه دهندگان مطرح و معروفی کار کردم که همگی بر اساس مرکز قرار دادن نیازها و جایگاه کاربر کار میکنند. در هر مورد، اینها افرادی هستند که به شدت در مورد نحوه کارکرد چیزها (محصولات دیجیتالی و غیر دیجیتالی) فکر میکنند. با این حال اون ها به طور گسترده ای مسائل رو بررسی می کنن - نه فقط در مورد این که محصول یا سرویس به چه شکل روی مصرف کننده ها تاثیر میذاره، بلکه در مورد اینکه چطور بر روی افرادی که ممکن هست تاثیر ثانویه و غیر مستقیم رو تجربه کنن، هم تاثیر خواهد گذاشت.

اگر شما یک توسعه دهنده یا طراح رابط کاربری هستید و در فکر رسیدن به تجربه کاربری هستید، فکر نمیکنم لازم باشه که به یک تصمیم بله یا خیر فکر کنید. حقیقت اینه که طراح تجربه کاربری شدن نیاز به یک سری پیش زمینه های فکری و روانشناسی داره. میتونید جنبه هایی از رشته تجربه کاربری رو به لیست مهارت ها خودتون اضافه کنید و چیزی رو که فکر میکنید، انجام بدید.

من اغلب خودم رو فقط به عنوان یک "طراح" توصیف میکنم، نه یک طراح گرافیک و یا طراح تجربه کاربری. برای توسعه دهنده ها هم همین پیشنهاد رو دارم. من فکر میکنم که هر کسی در یک تیم پروژه حضور داره، صرف نظر از نقشی که به عهده داره باید در سراسر تحقیقات کاربری^{۱۰} شرکت کنه – این کار خیلی مفید هست.

نیازی نیست که برنامه های تست کاربر و یا اسکریپت کاربرپذیری رو بنویسید، اما باید ناظر باشید. برای یک یا دو روز از دفتر کارتون خارج بشید و کمی خارج از چارچوب فکر کنید. این کار به دیدگاه شما شکل میده و اون رو میسازه. به عنوان مثال، اگر من سهام دارانی را دارم که کمی مهارت نظارت دارن و گروهی دیگه که مهارت "تفکر محور" رو ندارن، اولین کاری که من انجام میدم این هست که اون ها رو در مقابل مشتریان خودشون قرار میدم، تا چشمانشون باز بشه و کاربرهاشون رو ببینند.

شما مجبور نیستید یک تغییر ناگهانی ایجاد کنید؛ شما میتونید در یک زمینه رشد کنید و ببینید چه چیزی برای شما کارساز هست. UX مجموعه ای متنوعی از مهارت هایی هست که هریک در طیف وسیعی و گسترده قرار میگیرند. زمینه ای که در اون قدرتمندتر هستید رو انتخاب کنید و به دنبال اون برید.

به تازگی دوره های بیشتری در طراحی تعامل و تجربه کاربر معرفی شدن، نظر تو در مورد دوره هایی که در دانشگاه در حال ارائه شدن هستن چی هست؟

در حال حاضر واقعا عملکرد خوبی دارن. یک دسته از اون دانشگاه ها در چهار سال گذشته رشد خوبی داشتن و ارزش بررسی کردن رو دارن. یکی از دانشگاه ها به اسم Swinburne چندین دوره آموزشی عالی داره که میدونم کاملاً قانع کننده هست و در سطح خوبی ارائه میشند. در dt ما در ایجاد یک برنامه برای فارغ التحصیلان با یک یا چند موسسه آموزشی همکاری داریم، زیرا میتونیم نشونه های بلوغ آکادمیک رو ببینیم. همچنین دوره های تخصصی فشرده و چیزی که من اون رو "دوره های سطح بالا"^{۱۱} توصیف میکنم ارائه میشند. الان زمان خوبی برای آموزش دیدن در صنعت طراحی تجربه کاربری هست و خیلی ساده تر از ۱۰ سال پیش هست، اون زمان هیچ منابع و یا دوره ای در دسترس نبود.

^{۱۰} user research

^{۱۱} top-up

منابع آموزشی آنلاین باور نکردنی هستند، به ویژه میزان محتوای رایگان. این در نهایت چیزی است که من واقعا برای اون پرشور هستم و دوست دارم در دانشکده tractor.edu.au نقش پررنگ تری داشته باشم. من اخیرا به گروه مشاوره صنعتی اونها ملحق شدم و در حال حاضر مشغول کار بر روی موضوع آموزش آنلاین هستم.



مصاحبه ۴ : مریدف نوبل – مربی UX

مریدف مدیر طراحی تعاملی در گروه کاتالیزور هست. او مؤسس شعبه تورنتو Ixda هست و جلسات موفقیت آمیزی در شهر تورنتو تا حالا برگزار کرده. مریدف به ساختن جامعه طراحان تجربه کاربری و تشخیص جنبه شخصی تجربه حرفه‌ای، علاقه منده و پیگیر این مباحث هست.

[@meredi](#) | [Blog](#) | [LinkedIn](#)

تو یک سری کارهای بزرگ رو در تورنتو سازماندهی کردی، میتونی در این مورد بیشتر برای ما توضیح بدی؟

چند سال پیش، کیم گودوین^{۱۱} از موسسه Cooper با من تماس گرفت و گفت: "هر نفر، یک معلم هست". این صحبت اساساً یک نکته برای فعال کردن کل جامعه طراحی تجربه کاربری بود. او متوجه شده که ما در فروش دوره های آموزشی تجربه کاربری کاملاً موفق بودیم و اکنون مسئول رسیدگی به تقاضای طراحان تجربه کاربری تازه کار برای دوره های آموزشی هست. او توضیح داد اگر وارد حوزه آموزش نمیشد یک ریسک واقعی وجود داشت: اگر افراد وارد حوزه تجربه کاربری بشن و ادعا کنند که طراح UX هستن و درحالی که بدرستی آموزش ندیدن، مردم عادی باورشون رو به طراحی تجربه کاربری از دست میدن.

کیم آموزش دادن رو نسبتاً ضروری میدونست. او به چندین روش برای افزایش فعالیت های آموزشی اشاره کرد - از جمله برگزاری دوره های محلی با اقدامات ابتکاری و ارائه مشاوره رایگان. من واقعا تحت تاثیر حرف هاش قرار گرفتم و اونها رو به عنوان یک دستورکار شخصی برای خودم قرارداددم. ما در مورد چیزی که عملاً میتونستیم در مورد مربیگری انجام بدیم، یک طوفان فکری در تورنتو شروع کردیم.

ما از اعضای تیم IxDA در تورنتو سوال کردیم که چه چیزی برای اونها در یک رابطه مشاوره ای مهم بوده و نظرشون رو در مورد اینکه بتونیم فرهنگ مربیگری رو در جامعه خودمون پرورش بدیم جویا شدیم. بازخورد خوبی دریافت کردیم و تصمیم گرفتیم که جلسات مشاوره رو با سرعت شروع کنیم.

به وضوح اشتیاق زیادی برای مربیگری وجود داشت و جلسات تقریباً بلافاصله پر میشد. بخش دشوار جذب افراد علاقه مند و تبدیل کردن اونها به یک مربی بود. من فکر میکنم بسیاری از افراد علاقه مند بودند اما اعتماد لازم رو برای تبدیل شدن به یک مربی نداشتند یا فکر می کردند که از پتانسیل کافی برای ارائه خدمات برخوردار نیستن. البته گروهی از افراد هم متقاعد شده بودن که توانایی لازم رو برای مربی شدن در خودشون دارند. درکل ایجاد کردن باور در آدم ها کار سختی هست و افراد باید خودشون زمینه های لازم رو داشته باشند. ما چندین دوره مربیگری برگزار کردیم که خیلی معروف شدن و خیلی ها هم شرکت کردن.

^{۱۱} Kim Goodwin

درباره فرایند سازماندهی کردن جلسات مشاوره و سرعت بخشیدن به اون کمی توضیح بدین.

اساسا ارائه افراد ۵ دقیقه ای با هم فاصله داشتن و جلسه هم حول و حوش یک قرار معمولی برگزار میشد. سپس هر شرکت کننده بررسی میکرد که آیا به مشاوره علاقه مند هست یا نه و اینکه چه کسی دوست داره که به عنوان یک مربی در دوره مربیگری شرکت کنه. حتی در بعضی ازجلسه ها یک مسابقه وجود داشت که شرایط مسابقه رو مطرح میکردیم و نتیجه رو به اونها واگذار میکردیم.

ما در اوایل که دور همی برگزار می کردیم، آمادگی کافی نداشتیم تا ساختارهای مختلفی رو در اختیار شرکت کنندا قرار بدیم، بنابراین ما به اونها توصیه میکردیم که تیم هایی تشکیل بدن و به توافق برسند. تیم های دونفره تشکیل دادن و تصمیم گرفتن برای چیزی که لازم داشتن و چیزی هایی که مایل بودن همکاری کنند و وقت بزارند. ما هم اونها رو تشویق میکردیم که در مورد انتظارات و تعهدهاشون بحث کنند و اجازه میدادیم که برای چگونگی پیشرفت روابطشون برنامه ریزی انجام بدن.

یکی از بخش هایی که روی اون تمرکز کردیم پیگیر بودن بچه ها بود، به نظرم یک از موفقیت ما آموزش ایجاد روابط بلند مدت بود. من فکر نمی کنم که همه شرکت کننده ها این رفتار رو ادامه داده باشند، اما صرف نظر از نتیجه به نظرم این یکی از فعالیت های ارزشمند ما در دوره می ها بود. ما به شرکت کننده ها یاد دادیم که برای موفقیت خودشون در کاری که انجام میدن پیگیر باشند.

حتی بدون توجه به روابط رسمی بین مربی و دانشجو، نظارت کردن بر سرعت فعالیت ها و روابط این دو، راه موثری برای ایجاد جامعه ما بود. مربی ها به افرادی که در چارچوب اجتماعی خجالتی یا درون گرا بودند کمک کردن تا یخشون بشکنه و شکوفا بشن.

فکر میکنی چه چیزی باعث ارتباط خوب بین مربی و متی^{۱۳} میشه؟

من فکر میکنم سازگاری عقلانی و شخصیتی هر دو، دو چیز مهم و حیاتی هستن. در گذشته با افرادی روبرو شدم که فکر میکردم واقعا باحال هستن و با خودم میگفتم: "شاید اونها مربی من بشند." بعد از اونها دعوت میکردم که به کافه ای بریم و قهوه ای بخوریم. حقیقتش رو بخوای توی اکثر موارد متوجه میشدم که من واقعا دوست نداشتم با اونها کار کنم و مربی من باشند! من فکر میکنم اگر قرار

^{۱۳} mentee

هست یک رابطه معنی دار باشه، شما واقعا مجبورید که با طرف مقابلتون صحبت کنید و اون رو بسنجید.

شما لزوما مجبور نیستید که با بهترین دوستان خودتون همکاری داشته باشید اما من فکر میکنم که این نوع ارتباطات ایده آل هست. زمانی که یک رابطه حرفه ای و شخصی در کنار همدیگه رشد میکنند، این پویایی شگفت انگیز رو به دست میارید که در اون رابطه تجربیات رو با همدیگه به اشتراک بگذارند. فلسفه من نسبت به مربیگری این هست که نباید رسمی باشه. هر کسی بتونه به دیگران یاد بده و خودش هم یاد بگیره. آموزش میتونه در مورد افراد با زمینه ها و یا سطوح مختلف تجربه باشه که فقط تصمیم میگیرن ایده ها و توصیه های خودشون رو به اشتراک بذارن.

من هنوز هم فکر میکنم که دوره های مربیگری به ما کمک کرد که سریعتر بتونیم به یک چشم انداز مناسب برای جامع طراحان تجربه کاربری که ساخته بودیم برسیم، اما از طرفی هم خوشحالم که ما بیشتر از این جلو نرفتیم که افراد رو مجبور به امضای توافق رسمی موردنظر خودمون کنیم. من فکر نمیکنم که یک رابطه مشاوره ای بتونه پایدار بمونه مگر اینکه ارتباطی واقعی وجود داشته باشه. شرکت کننده ها توی دورهمی نباید مجبور به انجام این کار بشند.

با تمام درکی که از مربیگری داری، به افراد برای پیدا کردن یک مربی چه توصیه ای میکنی؟

من فکر میکنم به طور کلی دو نوع مربی وجود داره، یک مربی در محل کار و یک مربی در خارج از محل کار. اگر به طور غیر رسمی در مورد اون بخوام صحبت کنیم، مربی ها باید در همه جا حضور داشته باشن. شما میتونید بیش از یک مربی داشته باشید که به هر حال هر چیزی که نیاز دارید رو فقط از یک نفر نمی تونید دریافت کنید.

از نظر پیدا کردن یک مربی در محل کار، هر کسی که با اونها در مورد پروژه ها تعامل و همکاری داشته باشید، یک کاندید مناسب هست به خصوص اگر اونها تجربه بیشتری نسبت به شما داشته باشن و فکر کنید که چیزی از ارزش های اونها رو میتونید یاد بگیرید. از اونها سوال های مختلفی بپرسید: "من این مسئله رو دارم به من کمکی میکنی؟ آیا فکر میکنی در اینباره بهتره صحبت کنیم؟ شاید بتونی به من کمک کنی!"

این موضوع در مورد شناسایی افرادی هست که خلق و خوی شما رو دوست دارند، و میخوان تجربه درستی در کمک به شما داشته باشن تا در نتیجه در مربیگری مهارت های خودشون رو تقویت کنند.

من توصیه میکنم که در خارج از محل کار با مربی مشارکت داشته باشید. حتی اگر خجالتی هستید، سعی کنید به مربی های خارج از محل کار و شبکه خودتون دست پیدا کنید، شاید کمی سخت باشه اما قطعاً ارزشش رو داره. کاری بکنید که فکر شما فعال تر بشه و ببینید که با چه کسی می‌تونید به طور بالقوه ای یک رابطه بلند مدت رو ایجاد کنید.

من Ixda Toronto را تاسیس کردم چونکه به ارزش جوامع محلی اعتقاد دارم. من فکر میکنم که هر کسی چیزی برای به اشتراک گذاشتن داره و ما همه می‌تونیم از همدیگه یاد بگیریم. جوامع محلی یکی از بهترین مکان‌ها برای برقراری ارتباط با دیگران هست. در حال حاضر یک جامعه آنلاین هم وجود داره. من افراد زیادی رو در توییتر دنبال میکنم و من همیشه پیشنهاد میکنم که طراحان تجربه کاربری در جامعه های آنلاین هم مشارکت داشته باشند. شما میتونی درکی از طرز فکر خودتون و بقیه داشته باشید و اینکه ممکن هست به بعضی موضوعات علاقه‌مند بشید تا بهتر در مسیر یادگیری قرار بگیرید.

آیا تو فکر میکنی که یک توافقنامه کاملاً آنلاین، پایدار و یا با ارزش هست؟

در این دوران، من نمیفهمم چرا این نوع توافقنامه ها با ارزش نباشند؟! شخصا، من بیشترین ارزش رو از روابط شخص به دست میارم، و من تمایل دارم زمان بیشتری برای جلسات رو دررو داشته باشم. اما برای هر یک از این جلسات، یک رابطه آنلاین هم پایدار و با ارزش هست، چرا که نه؟ یکی از پیام‌های کلیدی این هست فقط که یک نوع رابطه مربیگری و اون هم به صورت حضوری وجود نداره. مانند هر رابطه‌ای دیگه ای، رابطه آنلاین برای شما کارساز و مفید هست.

با توجه به کمبود مربیان آماده به کار، چه ارزشی برای یک مربی در فرایند مربیگری وجود داره و چه کسی باید داوطلب بشه تا به دیگران کمک کنه؟

دو دلیل اصلی وجود داره. به عنوان یک فرد که طراح ارشد هست کمک کردن به یک فرد تازه‌کار و یا کسی که خودش حرفه ای و همکار ما هست، میتونه بسیار رضایت بخش باشه. اینکه به جایگاه کسی که قبلاً در موقعیت مشابه اون قرار داشتیم، برگردیم. این کار یک تقویت‌کننده اعتماد به نفس هم هست که فکر کنیم: "من قبلاً در این جایگاه بودم و حمایت و هدایت شدم، و حالا من مربی هستم و برای افراد توصیه هایی دارم".

علاوه بر این، من فکر میکردم این یک حرف کلیشه ای بود وقتی که مردم میگفتن: "شما می تونید خیلی چیزها از دانشجو خودتون یاد بگیرید!" در ابتدا من واقعا به این اهمیت نمیدادم، اما با داشتن این رابطه و مربی شدن، من متقاعد شدم که این ایده ۱۰۰٪ درست هست!

افراد، بدون توجه به اینکه چقدر در جامعه تجربه دارن ، از زمینه های مختلف برای یادگرفتن طراحی تجربه کاربری مراجعه میکنند. این یکی از چیزهای جالب در مورد UX هست، که هر کس چیزی منحصر به فردی میدونه، صرف نظر از اینکه آیا اونها نسبت به شما جوان تر یا کم تر تجربه در این زمینه هستن. حتی اگر اونها تازه کار باشند و درباره UX به اونها آموزش بدید، شاید حتی بتونند درباره مدیریت پروژه و یا مهندسی پروژه به شما آموزش بدن. من کاملا متقاعد شدم که هر رابطه مشاوره ای در نهایت دو طرفه میشه، حتی اگر به عنوان یک طرفه شروع بشه.

درباره UXMastery



[uxmastery](#) یک منبع آموزشی آنلاین برای طراحان مشتاق تجربه کاربری است.

بنیانگذاران uxmastery، متیو مگین و لوک چمبرز هر دو مشتاق هستند تا نحوه طراحی وب سایت‌ها، اپلیکیشن‌ها و برنامه‌های دسکتاپ را به صورت قابل استفاده و جذاب بودن، به طراحان آموزش بدهند.



لوک چمبرز - Luke Chambers

متخصص عمومی، استاد طراحی، طراحی کاربر محور، ملوان قد بلند و دزد بیسکویت؛ لوک یک آژانس تجربه کاربری به نام [experia دیجیتال](#) را اداره می‌کند. او در طول روز، داستان‌هایی را نقل می‌کند و برای افراد توضیح می‌دهد که چرا "طراحی تجربه" در پشت بخش بصری یک محصول اتفاق می‌افتد.

متیو مگین - Matthew Magain

متیو در شهر ملبورن، به عنوان یک طراح مستقل، تصویرگر و کارآفرین است و تحت نام [useractive](#) فعالیت می‌کند. او از [طراحی در کنفرانس‌ها](#) لذت می‌برد و اوقات فراغت خود را صرف نوشتن کتاب‌های مصور کودکان می‌کند.

به محتوا و آموزش‌های بیشتری نیاز دارید؟ به شما پیشنهاد می‌کنیم عضو انجمن آنلاین UX Mastery بشوید:

- در فروم‌های آنلاین و صمیمانه ما عضو شوید: community.uxmastery.com
- مشترک خبرنامه‌های رایگان ایمیل ما بشوید: uxmastery.com/newsletter
- در فیس بوک: facebook.com/uxmastery و در توییتر ما را دنبال کنید: @uxmastery



درباره UXBook

جامعه طراحان تجربه کاربری uxbook، در سال ۱۳۹۵ با همکاری جمعی از طراحان تجربه کاربری فعال و با تجربه به هدف ارائه کتاب ها فارسی در زمینه یادگیری علم تجربه کاربری تاسیس شد. تا به امروز فعالیت های خوب و کارنامه قابل قبولی رو ثبت کردیم:

۱. ارائه شش کتاب آموزش طراحی تجربه کاربری به صورت E-Book
۲. انتشار مقالات متعدد آموزشی و بررسی علم UX از سمت طراحان فعال تیم uxbook
۳. چاپ اولین کتاب از مجموعه uxbook " طراحی تجربه کاربری برای مبتدیان "
۴. برگزاری اولین کارگاه آموزشی با همکاری موسسه آموزش عالی ارزشنگ



امروز صبح تمام کتاب ها برای شما دوستان ارسال شد

به زودی همدیگرو میبینیم :)



قطعا برای سال جدید برنامه های خوبی داریم که حضور تک تک شما برای ما دلگرم کننده و ارزشمند خواهد بود. Uxbook یک جامعه طراحان تجربه کاربری بر اساس رشد و شکوفایی جمعی هست و این فرصت برای هر فردی که تایید و عضو تیم ما شده وجود داره تا تجربیات خودش رو از طریق رسانه uxbook منتشر کنه. مشتاقانه منتظر حضور پرشور و خلاق شما هستیم.





معرفی استودیو طراحی تجربه کاربری رهنو

استودیو رهنو در بهار ۱۳۹۷ فعالیت خود را با هدف برنامه ریزی و اجرای پروژه های تجاری طراحی تجربه کاربری به صورتی تیمی و با استفاده از تمامی پتانسیل های جامعه طراحان تجربه کاربری uxbook آغاز کرد. در حال حاضر استودیو رهنو توسط سه نفر از طراحان تجربه کاربری و اعضاء فعال تیم uxbook مدیریت میشود.

کاتالوگ دیجیتال استودیو رهنو



بنیانگذاران استودیو طراحی تجربه کاربری رهنو



رامین مومنی



سینا قدسی



سامان وحدت

