



&



طراحی تجربه کاربری تعیین راهنمای دقیق و نهایی برای مبتدیان

نویسندگان :

Giuseppe Getto

Jerry Cao

ترجمه و تنظیم :

حسین احمدلو

فهرست

مقدمه و سخن مترجم

فصل اول : چطوری مثل یک طراح تجربه کاربری فکر کنیم؟

- UX هم یک فرایند هست و هم یک محصول
- شخصیت (Ego) خود را بررسی کنید
- پرسش خستگی ناپذیر مشکلات
- تشخیص محدودیت ها
- جمع آوری زمینه و مضمون برای راه حل
- نتیجه

فصل دوم : تمرینات UX وظایف و اقدامات

- برای خود یک کتاب خانه شخصی UX شده بسازید
- تمرینات مقدماتی تحقیق و تحقیقات کاربری
- تمرین کردن تهیه ، حفظ و نگهداری و معماری اطلاعات/ استراتژی محتوا تمرین نمونه سازی، طراحی تعامل، و طراحی بصری
- تمرین کردن تست کاربری و تحقیقات کاربری
- از این مباحث بیرون بزنید و ابزار های UX خود را یاد بگیرید و بکار ببندید.

فصل سوم : بهتر شدن به عنوان طراح از طریق اشخاص دیگر

- تاکتیک ۱ : ایجاد رابطه با مربی UX
 - تاکتیک ۲ : تبدیل شدن به یک شاگرد UX
 - تاکتیک ۳ : تجربه های یادگیری موثر
 - تاکتیک ۴ : مشارکت در پروژه های UX فردی
 - تاکتیک ۵ : پروژه هایی که به عنوان تجربه ای درست و قابل اتکا در UX محسوب نمی شوند.
- بیرون بروید و در آنجا بمانید

فصل چهارم : راه اندازی شغل UX برای خودتان

- تاکتیک ۱ : UX را در سازمان فعلی خود انجام دهید.
- تاکتیک ۲ : نقش UX را در یک سازمان جدید دنبال کنید.
- تاکتیک ۳ : شرکت طراحی و مشاوره خود را راه اندازی کنید
- بیرون بیایید و خودتان را (به عنوان یک فرد UX کار) باز سازی کنید.

فصل پنجم : مشاوره و توصیه های واقعا دقیق و حرفه ای از ۱۰ طراح حرفه ای

Paul Boag ❖
Eva Kaniasty ❖
Mike Kus ❖
Jack Zerby ❖
Laura Klein ❖
Joshua Garity ❖
Lis Hubert ❖
Matt Hamm ❖
Pavel Macek ❖
Robert Fabricant ❖

منابع بیشتر و اضافی

مقدمه و سخن مترجم

هدف آموزش جایگزین کردن یک ذهن تهی با ذهنی باز است.

مالکوم فوربس

✓ هنوز سردرگمم!!! از کجا شروع کنم؟

"امروز من بعد از سال ها کلنجار رفتن با تخصص های شغلی خودم، تازه با این مبحث نچندان جدید آشنا شدم...!!"

حالا این یعنی چی؟ خب!!! فهم من از این مبحث تا چه اندازه صحیح هست ویا تا چه اندازه ای توانسته ام درک درستی از آن پیرامون کارخودم داشته باشم. اما اگر بخواهم بصورت حرفه ای و جدی این موضوع را دنبال کنم چه کار کنم؟ چه مسیری را باید برم؟ و باید از کجا شروع کنم و راهنمای من کجاست؟"

"خیلی وقت هست که اسم UX رو شنیده ام و وقتی دقیق تر بهش فکر میکنم می بینم بهش علاقه دارم . از طرقی مدیر و رئیس من مدام از من میخوانند که UX را در پروژه هایشان بکار ببرم ولی خب من که تازه کار هستم یا بحث شغلی من کلا متفاوت با آن هست چه کارکنم؟ نه منبع کافی به زبان فارسی وجود دارد و نه من آنقدر وقت دارم که آن موارد را مرور و بررسی کنم. و اصلا از کجا معلوم من واقعا از UX خوشم بیاد یا بتونم باهاش کنار بیام ؟؟؟ "

این موقعیت ها چقدر برای شما آشنا هستند؟

خیلی وقت ها بین این که چه کسی طراح UX هست و چه کسی نیست می مانیم. اینکه یک طراح تجربه کاربری لازم است که چه چیزهایی را بداند و یا لازم است چه تخصص هایی بلد باشد یا فرا گیرد، با چه کسانی باید کار کند و یا همکاران او چه کسانی هستند و چه نوع ارتباطی باید با آنها داشته باشند. همه این موقعیت ها برای کسانی که تازه پا به عرصه تجربه کاربری می گذارند (یا حتی اسم آن را شنیده اند، مثل ما بقی ما) تقریبا موقعیتی مشابه و قابل درک هست .

چه الان در موقعیت شغلی به عنوان یک طراح گرافیکست و یا **طراح تجربه کاربری** باشید و یا چه به عنوان مدیر محصول یا مدیر اجرایی و فنی یک استارتاپ یا سازمان باشید!! اگر با مساله **تجربه کاربری** دست و پنجه نرم کرده باشید و برای شما مهم بوده باشد، قطعاً با همچین موقعیت ها یا گفتگو های درونی آشنا خواهید بود. در این مواقع همه افراد در ابتدا سوالات زیادی پیرامون این موضوع

در سر دارند. مثلاً "چطور انجامش بدم؟ از کجا شروع کنم؟؟ یا حتی جای من در این پروژه کجاست؟" و سؤالاتی که همه گویای ابهام و تاریکی این راه در درونشان است.

کتابی که در حال حاضر در اختیار شماست یک راهنمای نه کامل ولی اجمالی است که توسط دو متخصص در زمینه UX، از گروه جذاب UXPIN، نوشته شده است. اگر به تازگی وارد دنیای پهناور **تجربه کاربری** شده اید و یا قصد دارید در این زمینه بیشتر بدانید یا تصمیم دارید که در مورد چگونگی انجام مراحل آن به طور کلی آشنایی پیدا کنید، این کتاب به شما کمک می کند تا مسیری درست و دقیق را برای ادامه راه خود پیدا کنید.

از طرفی همانطور که قبل تر بیان شد، چون **تجربه کاربری** یک مبحث میان رشته ایست، این کتاب می تواند فانوس روشنگری برای مدیران و صاحبان کسب و کارها باشد تا درک درستی از متخصصین و فیلهای کاری آنها داشته باشند تا در یک اجتماع تیمی، بهترین نتیجه را در کسب و کار خود شاهد باشند.

این کتاب شامل بهترین تمرینات و تاکتیکها، فرایندها و توصیه های حرفه ای است که یک طراح UX می تواند برای شروع و پیشرفت خود از آن بهره برد و همچنین به فرایندهایی می پردازد که شما را برای این شغل آماده می کند و نشان می دهد که آیا توانایی انجام یا ادامه این مسیر پر فراز و نشیب را دارید یا خیر؟؟!!

شبیه یک طراح تجربه کاربری فکر کردن، مراحل مختلف طراحی، مراحل طراحی های مختلف و فهمیدن آنها، فعالیت های مستمر و تاثیر گذار، پیدا کردن مربی و راهنما مناسب، پیشرفت در حرفه و توصیه های حرفه ای ها همه در کنار هم این مجموعه ارزشمند را در **فصل ۵** پدید آورده اند.

✓ توصیه های مترجم

در این خصوص به عنوان کسی که حداقل یک بار این کتاب رو کلمه به کلمه پیمایش کرده است، چند توصیه برای شما خواننده عزیز دارم که اگر به آنها عمل کنید بهره وری شما از این کتاب چشمگیر خواهد بود. لازم نیست که حتما و دقیقا به نکاتی که بنده عرض می کنم عمل کنید ولی توصیه بنده اکیدا بر انجام آنهاست.

(۱) این کتاب شامل اصطلاحات تخصصی است. لذا در مورد این اصطلاحات خودتان به جستجو بپردازید تا درک بهتری از مطلب گفته شده بدست آورید. شاید اینجانب از کم دانشی، و نه از روی عمد و قصد بد و یا اشتباه ترجمه کرده باشم.

(۲) سعی کرده ام که سبک اصلی کتاب را حفظ کنم که در صورت الزام به رجوع به نسخه اصلی بتوانید سریع تر به متن اصلی دسترسی پیدا کنید.

(۳) در درون متون کتاب، کلماتی وجود دارند که به خاطر اهمیت آنها به عنوان رفرنس و منبع یا ارجاع به نسخه ای به عنوان مطلب مکمل، **درشت تر و بارنگ صورتی** از متن اصلی تمیز داده شده اند. اگر از نسخه الکترونیکی یا PDF استفاده می کنید با کلیک روی آنها می توانید به منبع بیشتری برای آن دسترسی پیدا کنید. همانطور لینک توییتر یا وبلاگ و وب سایت اشخاصی که در روند کتاب معرفی شده است نیز با لینک آبی مشخص شده است.

(۴) این کتاب شامل ۵ فصل است که سعی کردم در حد توانم دقیق ترجمه آن را انجام دهم. از آنجا که خودم مدت زیادی نیست که با **UX** آشنا هستم و هنوز خود را از مبتدیان این حوزه میدانم، این کتاب را برای کسانی که می خواهند مسیری روشن و راهنمایی جامع برای خود داشته باشند توصیه می کنم.

و در آخر مایلم که از دوستانی که من را در انتخاب و فرایند ترجمه و تهیه این کتاب کمک کرده اند تشکر کنم. چون خودم عضوی کوچک از **اعضاء تیم خوب و حرفه ای ترجمه کتاب های تجربه کاربری (UXBook.org)** ، که کار بزرگی را برای ارتقاء سطح کیفی و علمی تجربه کاربری شروع کرده اند ، هستم ، بر خودم واجب می دونم که از این تیم واقعا تشکر کنم که زحمت های زیادی در این راستا می کشند و مخصوصا جناب مهندس سامان وحدت که شاید بدون توصیه ها و پیگیری های ایشان که مشوق خیلی از اعضای تیم در این زمینه بوده ، انگیزه ای برای هیچ کدام از فعالیت های ترجمه کتاب ها نبود . و دوست و برادر عزیزم سید امین خندان که بارها در جای جای کتاب کمک کرده و پیگیر بوده است.

در صورت وجود هر گونه اشتباه ، خوشحال میشم که با من در شبکه اجتماعی های **توییتر** و **گوگل پلاس** یا در پیام رسان **تلگرام** در ارتباط باشید.

و من الله توفیق

حسین احمدلو

۱۵ مرداد ماه ۱۳۹۶

فصل اول :

چطوری مثل یک طراح تجربه کاربری فکر کنیم؟

طراحان تجربه کاربری عالی ، آنالیزور ها و تحلیل گرانی عالی هستند .

آنها از همه چیز سوال می پرسند و همه چیز را زیر سوال می برند . کار آنها با سوال درآمیخته است . آنها از تعصبات آگاهند ، و با داده های کیفی و وسواس فرضیه ها را اعتبار سنجی و بررسی می کنند. آنها در مورد هر دوره ، سیستم ها و صفحه های نمایش به فکر کردن می پردازند.

به عنوان یک طراح UX اولین مهارت و منش شما اصلاح کردن فرایند تفکر و طرز نگاه کردن خودتان است. در غیر این صورت ، ممکن است راه حل های خوب و زیبایی را برای مشکلی اشتباه طراحی کنید . (یا حتی راه حلی اشتباه برای یک مشکل ساده). بنابراین می توانید فرایند و روند صحیح تفکر کردن را در چند هفته یاد بگیرید. تسلط بر آنها یک عمر طول میکشد.

در این فصل برای اولین بار ، خلاصه ای از مجموعه تفکرات یک طراح UX را ارائه می کنیم ، و بعد از آن مستقیماً به روند و فرایند فکری که شما باید در هر فرایند طراحی در پروژه با آن روبرو و درگیر می شوید ، شیرجه می زنیم!

نکته ای از یک طراح مرفه ای



"در مورد اینکه چطور مشکلاتی که در طول زندگی خود دارید را حل کنید ، فکر کنید :

شما وضعیت را ارزیابی می کنید ، مطمئن می شوید که نیاز واقعی حاصل از نتیجه را فهمیده اید. به متریال و چیز هایی که در دست دارید نگاه می کنید ، محدودیت ها ، زمان های محدود ، و آدم هایی که در حال کار کردن هستند. با صدای بلند فکر کنید. و سوالات زیادی پرسید . همیشه پرسید "چه میشود اگر...؟؟!"

پیر از ایده های دیوانه وار و وجودی پرتلاطم داشته باشید . همیشه مشورت می کنید و اهل صحبت های دو طرفه هستید و از بقیه افراد سوال می کنید . همیشه سوال می کنید : "چطور بفهمیم که این گزینه ها و انتخاب ها و استراتژی های ما یا بقیه درست کار می کند و آیا آنچه که ما می خواهیم اتفاق می افتد ؟"

به طور قطع ، شما مدام در حال فکر کردن هستید . یادتان باشد اصول طراحی و پیکسلها و نرم افزار های طراحی فقط ابزار های شما هستند، نه راه حل هایی که شما دنبالش هستید."

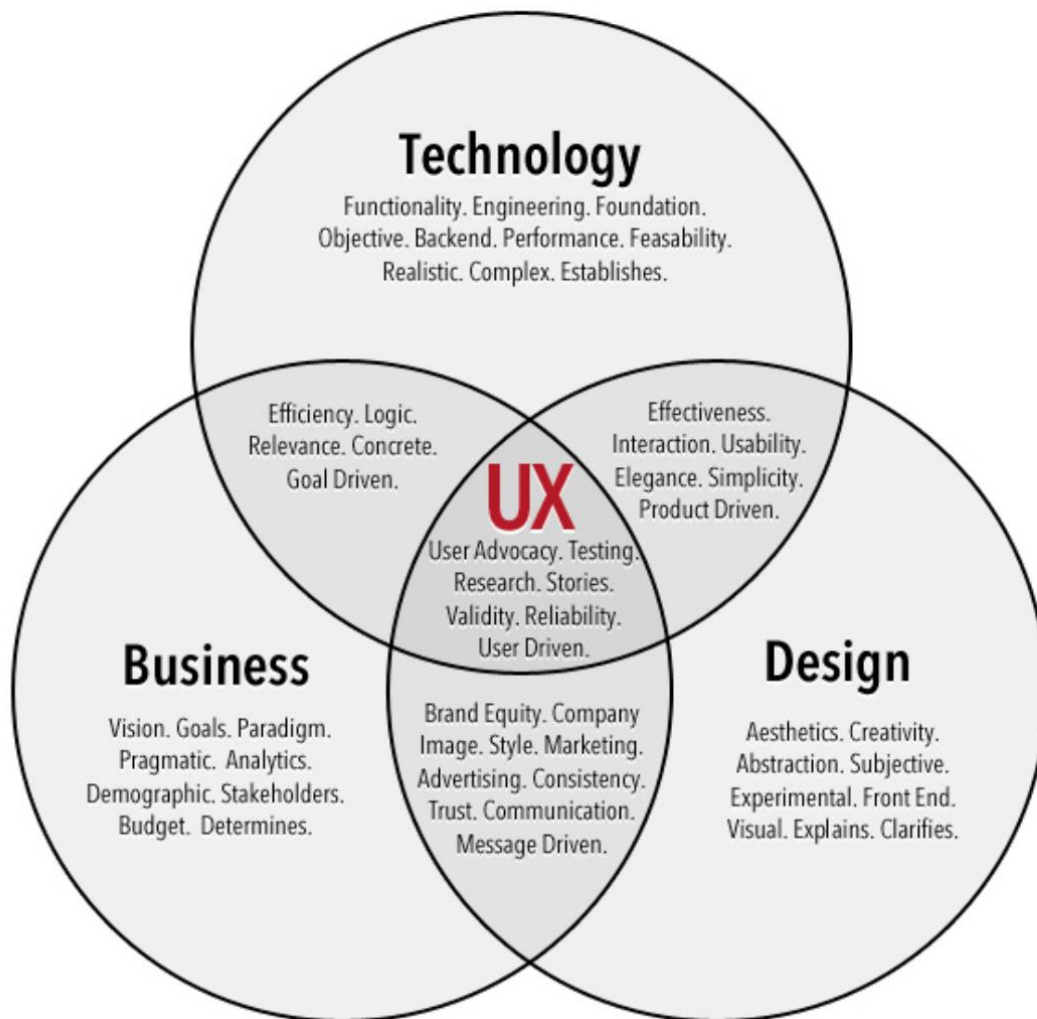
Cindy Alvarez مدیر طراحی تجربه کاربری در شرکت Yammer

UX هم یک فرایند هست و هم یک محصول

UX معانی زیادی دارد و معنی یک چیز مشخص و قطعی را نمی دهد. یکی از بزرگترین مشکلات و دام ها برای تازه واردان به این عرصه این است که مدام در حال تلاش هستند تا UX را به عنوان بخشی جدایی پذیر از دیگر فیلدها و بخش های مرتبط بفهمند و معنی کنند. یعنی جدا کردن آنها از دیگر تخصص ها. (شبیه دسته بندی های موجود برای توسعه دهندگان وب، ارتباطات فنی و غیره)

UX معقوله ای میان رشته ایست. UX راه و نوعی از دیدن و نگرش در جهان نیست که شامل تصمیمی گیری فراتر از داده ها در مورد آدمها و همینطور داده هایی که بطور کاملا پایدار در ذهن وجود دارند، می شود.

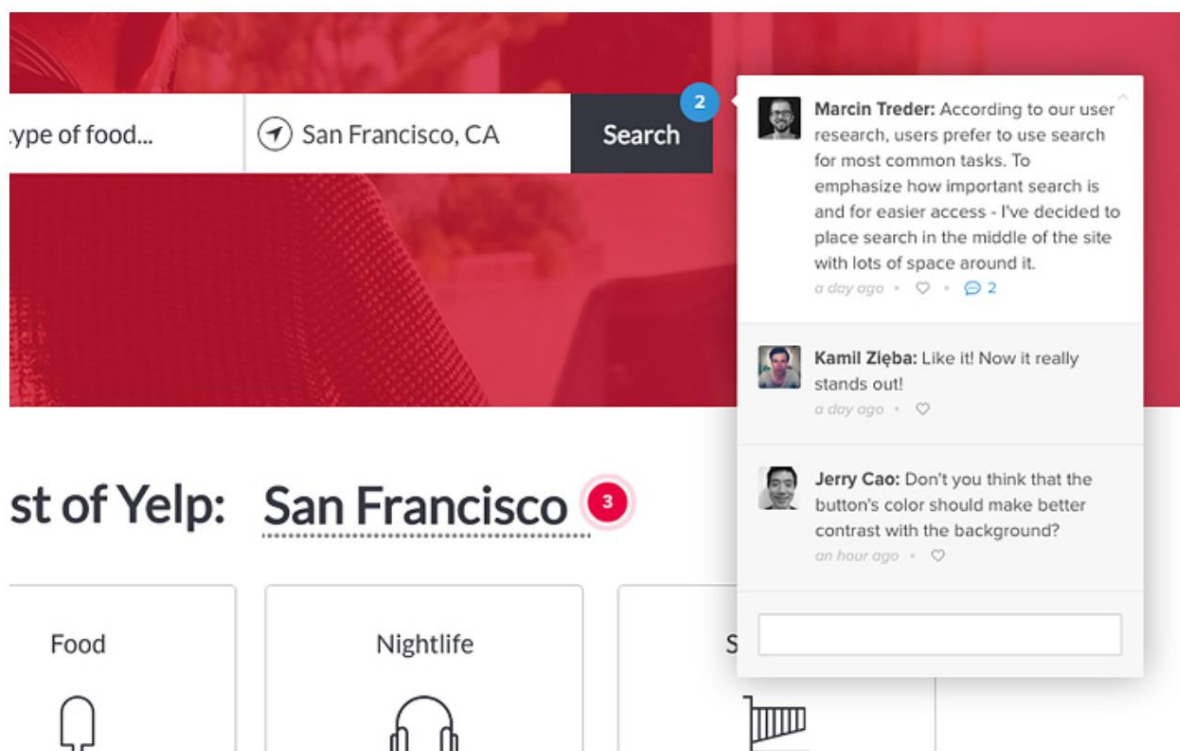
در واقع اینفوگرافی مورد علاقه من در مورد معرفی UX نمونه ایست که **اریک فلوورز** مطرح کرده است.



من عاشق این اینفوگرافی هستم چون درمورد یک سری از ویژگی های UX صادق و راستگو و بی طرف هست. اما جالب تر این است که ، به وضوح این ویژگی ها را به دیگر دامنه های دانش و آگاهی تشریح کرده و ارتباط می دهد . مواردی از جمله : تکنولوژی ، کسب و کار ، طراحی و خدمات . UX موضوعی است که وقتی شما تعادل این سه دامنه از دانش را حول روش هایی که متمرکز بر نیازهای کاربر است برقرار می کنید پدیدار می شود .

بر اساس گفتگوهایی که در این مورد با مشتریان انجام شده است ، می توانم به شما بگویم که معمولا هر کسی در برخی نقاط کاری خود ، در موارد ذکر شده در اینفوگرافیک ، درگیر فرایند طراحی هست. توسعه دهندگان وب ممکن است که در مورد نمونه اولیه در روند کار و نظردهی در مورد پروژه با یک بازار یاب همکار شوند. سازمان های بزرگ ، تحلیل گران کسب و کار و نیز اغلب برای نشان دادن نیاز های کسب و کار تیم خود یک نمونه با کیفیت کم و شماتیک را (Low-fidelity) lo-fi می سازند .

بنابراین نه تنها از طراح تجربه کاربری (UXD) انتظار می رود تا مساله های کسب و کار را بفهمد ، بلکه مباحث فنی کار خود را نیز با دقت پیگیری کند ، و همچنین باید بدانند که در هر مرحله به روش ها و علوم دیگر هم نیاز خواهند داشت.



شخصیت (Ego) خود را بررسی کنید

با توجه به ماهیت مشترک ما بین طراحی محصول و طراحی تجربه کاربری ، اولین موردی که همیشه از افراد علاقه مند به UX می پرسم این هست که آیا با آدم ها به خوبی کار می کنند؟ آیا با مردم خوب برخورد می کنند؟ اصلا ارتباط آنها چطور است و خوب ارتباط می گیرند؟

اگر پاسخ این سوالات منفی باشد ، هیچ وقت طراح تجربه کاربری خوب و واقعی نخواهند شد.

کاربران شما ، آدم های مشکل ساز هستند و درحکم آشوبگر ظاهر می شوند. آنها از محصولات دیجیتالی استفاده می کنند که به طور ناخواسته به موقع سیستم عاملشان را آپدیت نمی کنند، که این امر باعث می شود ، محصولات شما رفتارهای عجیب و غریب داشته باشند. آنها بهترین های نمونه های قبلی ، طرح ها و پلن های واضحی که از قبل طراحی شده را رد می کنند و چیزهایی که خودشان می خواهند را می بینند و قبول می کنند. در نهایت کاربران در موجودیت انسان های دیگر هستند.

این طوری می شود که همکاران و مشتریانان ، از شما ناامید خواهند شد. آنها به شما اجازه نخواهند داد قبل از طراحی تحقیقات لازم و واجب خود را انجام دهید. تا زمانی که بینش و نگرش استراتژی از بین برود، در مورد اجراییات و اقدامات مدام سوال می پرسند. دست شما را به عنوان حلال مشکلات و طرف سازش و توافق می فشارند درحالیکه دست خودشان را از مشکلات می شویند و شانه خالی می کنند و شما را تنها می گذارند.

صبور و شکیب باشید . قبول کنید که کار شما همیشه تفسیر و آنالیز و بررسی کردن یا استفاده از داده های قبلی نیست.

بررسی شخصیت وجودی و ایگوی (ego) خود تنها راهیست که امروزه می شود با استفاده از آن بتوان با تند قدم برداشتن در فرایندهای چابک رشد کرد . این را همیشه یادتان باشد که طراحان UX بزرگ و عالی تنها یک شغل و حرفه خوب نیستند -- آنها تسهیلگران فوق العاده خوبی هستند -- آنها می توانند کاربران هدایت و راهنمایی کنند تا مشکلاتی که هرکس دیگری آن را هنوز درک نکرده است را آشکار کنند . همچنین می توانند طراحان و غیر طراحان را هدایت کنند تا از زوایای دیگر به مشکلات کسب و کار نگاه کنند .

فکر می کنم حالا بهتر است که برای شما چند قانون و وظیفه را که برای تسهیل در فرایند طراحی خوب و فکر کردن با یک ذهن آزاد و راحت کمکتان می کند را یاد آوری کنم :

• **طراحی یک تابع و فانکشن و ماشین کسب و کار است :** بله درسته ...!!!! اصول هنری در طراحی اعمال می شود. اما بازی و اتفاقات بیشتری در حال رخ دادن هست . اولویت شخصی شما تنها وقتی مهم می شود که در راستای کاربران و نیاز های مرتبط با آنها باشد.

• **همدردی و همدلی درونی (Empathize internally) :** قطعا مقالات و نوشته های زیادی در مورد همدلی و همراهی در مورد کاربر خواهید یافت . اما هم مشتریان و هم همکاران خود و همچنین اقوام ، و حتی بدهی ها و آرزو هایی که برای پیشرفت کردن دارند را فراموش نکنید. تفکر خود را در قالب اصطلاح و مفاهیمی که آنها درک می کنند و قدردان آنها هستند، ارائه کنید.

نکته ای از یک طراح مرفه ای



"بزرگترین اشتباهی که من همیشه از طراحان جدید یا مشتاق می بینم این است که آنها فکر می کنند که حرفه و شغل طراحی یعنی انجام کارهایی که به طراحی مربوط است . آموزش ها و آموزشکده هایی که آنها رفته اند (دانشگاه ، موسسات آموزشی ، کالج و دیگر دوره ها) فقط به آنها تکنیک ها ، اصول و تمرینات عملی از طراحی را آموزش می دهند . اما سریعاً می فهمند که طراحی موضوعی در محدوده فهم و درک و کار کردن و رفتار کردن و ارتباط گرفتن با آدمهاست "

"طراحان باید راهی برای همکاری و ارتباط با غیر طراحان پیدا کنند ، یا در مقابل گروهی بزرگ از آدم ها بایستند و با اطمینان طرحی که دارند را معرفی کنند. این را در نظر بگیرید که نمی توانید به همین سادگی از این قضیه شانه خالی کنید.

بعضی از آدم ها در این مهارت نرم تر و راحت تر از دیگران هستند. به طور فعالانه توسعه دادن دامنه ای از آدم های اطراف خودتان به شما مهارت هایی خواهد داد که همیشه در حرفه شغلی خود ترقی کنید ."

Chris Thelwell مدیر ارشد طراحی تجربه کاربری در Envato

پرسش خستگی ناپذیر در مورد مشکلات

به عنوان یک طراح ، اغلب اوقات با شرایطی مواجه می شوید که همکاری ، (یا حتی طراحی) که شما را دنبال می کنند یا همکار طراحان) برای شما مشکل کسب کاری را با ذوق و اشتیاق بیان می کند که احتیاج به راه حل دارد.

اولین مسئولیت و وظیفه شما پرسیدن سوالات در مورد آن مشکل است .(یا سوالاتی از مشکلاتشان).عدم انجام این کار موجب می شود که هزینه های نجومی و سنگینی برای چیزهایی که مشتریان نیاز ندارند خرج کنید .

هر زمان که کسی مشکلی را توضیح و شرح می دهد به راه حل طراحی (طراحی راه حل محور) نیاز دارد ، کریس دِلُول **۵ سوال** را که قبل از شروع هر پروژه ای باید از تیم خود بپرسید را مطرح می کند .

(۱) چه چیزی را می دانیم که می دانیم ؟

شما هر چیزی را که در تصمیمات خود در مورد پروژه تاثیر گذار است را مورد بحث و گفتگو قرار دهید.مثلا، درس هایی را که از پروژه های قبلی یاد گرفتید ، وجود بینش در تحقیقات کاربری ، حتی نظراتی که توسط برخی از سهامداران و ذینفعان ارائه و نگه داشته می شود.

اولین سوال به شما کمک می کند تا فرضیات پنهان شده در واقعیت ها را کشف کنید. وقتی کسی می گوید که چیزی که آنها باور دارند درست است ، از آنها بخواهید تا بر مبنای شواهد و استناد های واقعی سخن بگویند.



بیایید بگوئیم که شما مجددا طراحی یک پلت فرم تحلیلی را انجام داده اید ، زیرا تبدیل های آزمون به ثبت نام کاهش یافته است .

یک مدیر محصول ممکن است بگوید : "مشتریان با بالاترین ارزش طول عمر پلت فرم آنالیز ها و بررسی های ما را خریداری می کنند چون قابلیت سفارش سازی بیشتری را برای گزارش گیری به آنها پیشنهاد می دهیم .این مطلب زمانی حقیقت دارد که تنها بتوانید بازخوردها و تحقیقات کاربری قبلی را بررسی کنید ، در غیر این صورت باید آن را تنها یک فرضیه در نظر بگیرید".

موارد واقعی و حقیقی را در مقابل هم قرار دهید . اگر فرضیات بیشتر به چشم آمدند ، در همان لحظه به سراغ سوال دوم بروید.

۲) چه چیزی را می دانیم که نمی دانیم ؟

حالا این را به مفروضات مشخص شده در اولین سوال اضافه کنید.

در این مرحله ، ممکن است یک بازاریاب بگوید : "من مطمئن نیستم که بازخوانی تبلیغات تهاجمی و پرتکاپوی رقیب ما از کاربران آزمایشی ما ، برای دزدیدن کاربرانی که در انحصار ما هستند ، باشند".

شما بازخورد و یا پاسخ را به عنوان یک فرض در فرمت و قالب این عبارت می توانید ببینید : "بازخوانی و بازیابی تبلیغات رقابتی ممکن است سهم و بخشی از بازار را بدزدد".

نتیجه و عاقبت این بحث کردن ها این هست که درنهایت فرضیات شما ممکن است اشتباه باشند. به عنوان مثال ، اگر بعدا متوجه شوید که بیشتر مشتریان با ارزش شما دیگر پلت فرم شما را برای سفارش سازی گزارشات نمی خردند ، تاثیر آن بر روی روند پروژه چگونه خواهد بود؟؟



در این مرحله ، هدف این است که ریسک ها و خطرات در پس زمینه فرضیات خود را شناسایی کنید .

همانطور که می توانید بگویید ، فرضیات بالای ما خطر و ریسک خیلی بالاتری دارد . اگر در فاز طراحی غرق شدید و پس از اولین دوره تست کاربردپذیری فهمیدید که ویژگی و ابزار گزارش نویسی هیچ تفاوتی نکرده است ، در این صورت تیم شما فقط وقت و هزینه را هدر داده است .

همانطور که شروع به دیدن ریسک های مختلف در پس زمینه فرضیات می کنید ، به طور طبیعی شروع کنید سوالاتی که در تحقیقات کاربری به دنبال جوابشان هستید را اولویت بندی کنید.

فرایند تحقیقات باید بیشترین جواب ها را برای شما پیدا کنند ، اما بعید نیست که خیلی از سوالات بی پاسخ بمانند.(مثلا تعیین اثر بخشی تبلیغات رقیب). در این موارد ، حداقل ریسک و خطر در زمینه هایی که ذینفعان و سهام داران می توانند به سادگی در طی فرایند ارزیابی کنند را در تحقیقات قرار دهید .

۳) چه چیزی را واقعا می دانیم ولی انجام نمی دهیم ؟

پاسخ هایی که به این سوال داده میشوند ممکن است به طور معمول به عنوان تاکید در سوالات قبلی در مقابل افراد دیگری ارائه شوند. مثلا ، یک بازاریاب ممکن است که سوال شماره ۲ را : " من مطمئن نیستم که تلاطم افراد ناشی از هزینه کردن یا ناامیدی باشد . " ، به این نحو " و محققان کاربری خود ، ممکن است یک سری از گزارشاتی را که به ناامیدی اشاره می کند را توضیح دهند " جواب دهد .



طراح تصویر : Chris Thelwell

با این حال ، ارزش این را دارد تا همه پاسخ هایی را که به عنوان فرضیات خود دسته بندی کرده اید را بازبینی کنید . از اعضای تیم درمورد اینکه قبلا در پروژه های مشابه کار می کردند، وهر بینش و تفکری را راجع به مفروضات کشف کرده اند بپرسید . شما هیچ وقت نمی خواهید دسته بندی اشتباهی در فرضیات صورت بگیرد .به این دلیل که نمی خواهید بعد ها ، زمان و زحمات دراعتبار سازی تحقیقات قبلی را هدر دهید .

(۴) مجهول ناشناخته چیست ؟

این پرسش ها مدلی عجیب و غریب هستند، اما باعث تمرکز ، دقت و توجه می شود.

آیا در کشف علت هر چیزی که تاکنون توانسته به طور کامل پروژه را خراب کند ناموفق بودیم؟

چه چیزی هست که هنوز به آن ها فکر نمی کنیم یا فکر نکرده ایم؟

زمانی که این سوال رو می پرسید،به روشن شدن حوزه و ناحیه ای تاریک و خاکستری از "مجهولات ناشناخته " کمک می کنید تا "مجهولات شناخته شده " را روشن کند تا تیم شما قادر به اولویت بندی بر اساس ریسک باشد.



برای مثال ، ممکن است که توسعه دهنده ای سریعاً بگوید : " خب، الان که دارید این اطلاعات را به ما می دهید، ما سه هفته قبل در طول تست لودینگ و بارگیری داده ها،همین موارد را بدست آوردیم که ویژگی گزارش گیری ما می تواند با تاخیر ۴,۵ ثانیه ای برای داده هایی که بیشتر از ۱۰۰ ردیف است ، عمل کند(در۴,۵ثانیه کار ۱۰۰ رکورد را انجام دهد).".

برای هرکسی که بیرون از تیم توسعه باشد اطلاعات و داده ها ممکن است همان "مجهولات ناشناخته" باشد ، اما الان آنها به لیست فرضیات هر کسی که می خواهید از او آزمایش و تست بگیرید اضافه می شود.

در این مواقع شما می فهمید که یک تیم به تست و آزمایش فرضیات نیاز دارد.مثلا زمانی می توانید بگویید : " ممکن است مشتریانمان را از دست بدهیم تنها به دلیل اینکه کارایی کم و عملکرد ضعیف مربوط به مسائل جاری در فرایند کار با ابزارها و ویژگی گزارش دادن رخ داده است. "

۵) شانس موفقیت چیست؟

"یک تجربه محصول صاف و ساده " فرایند را قطع نمی کند. در این مواقع لازم است تا اهداف خود را بر اساس متد S.M.A.R.T بنویسید.

- S مخفف Specific (مشخص) – یک حوزه مشخص را برای بهبود هدف قرار دهید.
- M مخفف Measurable (قابل اندازه گیری) – پیشرفت را اندازه گیری کنید یا معیاری برای آن مشخص کنید.
- A مخفف Assignable (قابل واگذاری) – مشخص کنید چه کسی مسئول اجرای آن است .
- R مخفف Realistic (واقع گرایانه) – با منابع موجود، چه نتیجه ای را می توان به طور واقع گرایانه ای انتظار داشت.
- T مخفف Time-related (زمان مند) – مشخص کنید که اهداف در چه زمانی حاصل خواهند شد.

در اینجا یک مثال عالی از یک هدف اسمارت در یک پروژه فرضی که ما ارائه کرده ایم وجود دارد :

"موفقیت زمانی حاصل می شود که نرخ تبدیل ثبت نام آزمایشی ما ، از ۲٪ به ۲,۵٪ بدون تاثیر تلاطم (affecting churn) افزایش پیدا کند."

همانطور که از طریق تحقیقات کاربری اعتبار سنجی فرضیات را شروع می کنید ، این امر ممکن است باعث شود که اهدافی خاص را به طور فزاینده ای ایجاد کنید ، همانطور که برای راه حلی شروع به تمرکز کردن و ایجاد برنامه ریزی برای آنها می کنید(hone in). مثلا اگر کشف کنید که فرایند بررسی یک حشره کش (buggy) عمدتا در فروش های تکمیلی موثر هست ، ممکن است هدف دومی را اضافه کنید که : " زمانی می توان به موفقیت رسید که نرخ تبدیل ما در فرایند بررسی های تکمیلی از ۴۵٪ به ۷۵٪ افزایش داشته باشد. "

نکته ای از یک طراح مرفه ای



"طراحی و طراحی کردن شامل دو مرحله است :

" **تفکر واگرا** *divergent thinking* "، یعنی طراحان مشکلات (موجود در فضا و مکان) را پیدا می کنند و تعداد زیادی راه حل بالقوه بدست می آورند "

" **تفکر همگرا** *convergent thinking* "، یعنی طراحانی که از طریق ایده هایی برای تمرکز کردن و سنجش اهداف (hone in) روی بهترین ایده شروع به غربال گری طرح می کنند .

در روند تولید و ارائه ، طراحان تازه کار به مرحله واگرایی هجوم می برند. در نتیجه، اغلب روش های جالب یا جدیدتری را به نفع راه حل های واضح تر رد می کنند .زمان خیلی بیشتری را صرف کشف کردن مشکل می کنند و انتظار دارند که در آخر هم به آنها هزینه خوبی پرداخت شود."

لینک مفید در مورد این دو تفکر که توصیه می کنم مطالعه کنید .

Andy Budd موسس شرکت Clearleft

تشخیص محدودیت ها

درباره مشکلات پرسیدن به ما کمک می کند تا تصمیم بگیریم که آیا باید یک راه حل را طراحی کنیم؟ (یا چه راه حل بهتری را انتخاب کنیم). و از طرفی هم رسمیت دادن به همین محدودیت ها به ما کمک می کند تا تصمیمی بگیریم که چطور باید همان راه حل ها را طراحی کنیم .

به طور کلی محدودیت ها زیر را در روند کاری خود خواهید یافت یا با آنها برخورد خواهید داشت :

- **زمان بندی :** در جهان امروز **ناب و چابک** (Lean and Agile)، هر شرکتی به سرعت ، گروهی از محصولات خوب را می خواهد. در این مواقع جایی را برای انتشار و ارائه MVP با یک تاریخ غیر قابل مذاکره نیاز دارید. (مثلا کنفرانس فناوری جهانی که شرکت شما \$۵۸,۰۰۰ دلار را صرف حمایت از آن می کند)
- **تکنولوژی و فناوری :** چطور تیم توسعه می تواند کدی را بنویسد تا زمان پاسخ دهی سیستم شما به خوبی حس شود؟ آیا سرور شما به اندازه کافی از پهنای باند برای تغذیه و خوراک مورد نیاز داده ها در یک زمان واقعی و در هر لحظه به خوبی و با سرعت مناسب پشتیبانی می کند؟ آیا مکان دیتاستر شما در کیفیت تجربه کاربران در برخی مناطق خاص تاثیر میگذارد ؟
- **رسانه و محیط :** در حال حاضر کاربران از انواع محصولات شما چه انتظاراتی را دارند؟ الگو های UI و مدل های روحی روانی و شخصیتی رایجی که در محصولات شما نیاز به ترکیب شدن با هم دارند کدام است؟
- **بودجه و سرمایه :** مقدار بودجه و پولی که شرکت برای پروژه کنار گذاشته چقدر است؟ و چقدر می توانند در صورت بروز چالش یا تاخیر هایی پیش بینی نشده مدت بودجه بندی را تمدید کنند؟

بعد از تمرین سوال و پرسش ، و مصاحبه ها و بررسی های لازم ذینفعان را که تمام و کمال انجام دادید ، آنگاه می توانید هر محدودیتی که واقعا ممکن است بوجود بیاید و حتی وجود دارد را نیز آشکار کنید .

نکته ای از یک طراح مرفه ای



"مقابله و برخورد با محدودیت ها ، به خصوص آنهایی که از سمت افراد دیگر یا دیگر دپارتمان ها و سازمانها و بخش ها می آیند ، یک نبرد طلقی نمی شود.طراحان برای مبارزه با محدودیت ها نیستند این موردگاهی اوقات در رابطه احساسی طراح با کار آنها گم می شود."

"برای رفع این واکنشها ، من همه طراحانم را تشویق می کنم تا وقتی به محدودیت و مشکلی تازه جوابی داده شد، با عبارت هایی مانند "سپاس یا ممنونم " و از این قبیل عبارات استفاده کنند. این تغییر لحن در ارتباطات کلامی است. اینگونه شما از شخصی دیگر که برای آگاه سازی از محدودیت ها و مسئله ها و وقتی که بابت گفتگو با شما داشته تا را حلی خوب و جدید پیدا کنید، تشکر می کنید."

Chris Thelwell مدیر ارشد طراحی تجربه کاربری در Envato

جمع آوری محتوا-زمینه و مضمون(context) برای راه حل سازی

هنگامی که محدودیت های اولیه را مشخص کردید، لازم است در این مرحله از کار فرضیات را بسنجید و اعتبار آنها را مشخص کنید. در قدم اول تحقیقات کاربری را شروع کنید و در ادامه موارد مورد نیاز خود را اولویت بندی کنید، و تا مرحله ساخت کانسپت و مفاهیم طرح و نمونه اولیه پیش بروید.

(۱) تحقیقات کاربری

تحقیقات کاربری پژوهش محور است و مقرون به صرفه ترین روش مصاحبه با کاربران است. شما می توانید این کار را در دفتر کار یا با اسکایپ انجام دهید و یا با کاربران خود به صورت رو در رو مصاحبه کنید. و یا حتی می توانید در محل زندگی یا کار آنها (تحقیقات پرسشنامه ای) حضور پیدا کنید تا با ملاقات آنها، برای دیدن بهتر رفتارهای طبیعی و واقعی آنها در طی زندگی معمولیشان بتوانید مضمون و زمینه لازم را بدست آورید.

در هنگام مصاحبه های کاربری، هدف شما کشف هر چیزی از هر بخش از تجربه کاربران است -نه فقط آنهایی که مورد توجه خودتان هستند- مثلا، اگر می خواهید رقیبی برای نتفلیکس بسازید، نه تنها با مردم در مورد اینکه چطور با **نتفلیکس** کار می کنند صحبت کنید بلکه در مورد سرویس ها و خدمات مشابه دیگری هم که آنها استفاده می کنند هم گفتگو کنید.(قانونی یا غیر قانونی).

در کجا فیلم نگاه می کنید؟ از چه دستگاهی استفاده می کنید؟ فیلم را دانلود شده نگاه می کنید یا بصورت زنده و آنلاین (**stream**) می بینید؟و چرا ...؟؟؟!!!

(قبلا فایلی با عنوان سوالات مربوط به تحقیقات کاربری را ترجمه کرده ام که باتماس با من می توانید آن را دریافت کنید. - مترجم)

خیلی وقت ها سعی کنید سوالاتی با پایان باز از رفتارهای کاربران بپرسید (نه فقط نظرات آنها)، و بعد منتظر پاسخ ها باشید.نگران تغییر جهت مصاحبه نباشید. چون بهترین دید و بینش ها، گاهی اوقات از تلاقی همین خطوط مماس بین راه اصلی و بی راهه های کاربران بدست می آید. (ولی توصیه بنده مراقبت از صحبت ها و هرز رفتن هنگام مصاحبه هست. - مترجم)

(۲) اولویت دادن نیازمندی ها

بعد از اینکه مصاحبه با کاربران تمام می شود، قدم بعدی شما، بررسی پاسخ ها و شروع تشخیص الگو هاست. آن دسته از الگوهایی را که در برابر هرگونه داده های " کمی " هستند را بررسی کنید (مثلا در برنامه گوگل آنالیتیکس).

وقتی نیازمندی ها تعریف می شوند، طراحان و سهام داران و شرکای آنها به طور کلی با یک ماتریکس ۲x۲ فعالیت های را اولویت بندی می کنند به طوری که داده های کیفی و کمی را در مقابل محدودیت های طراحی بررسی و ارزیابی می کنند.

نکته ای از یک طراح مرفه ای

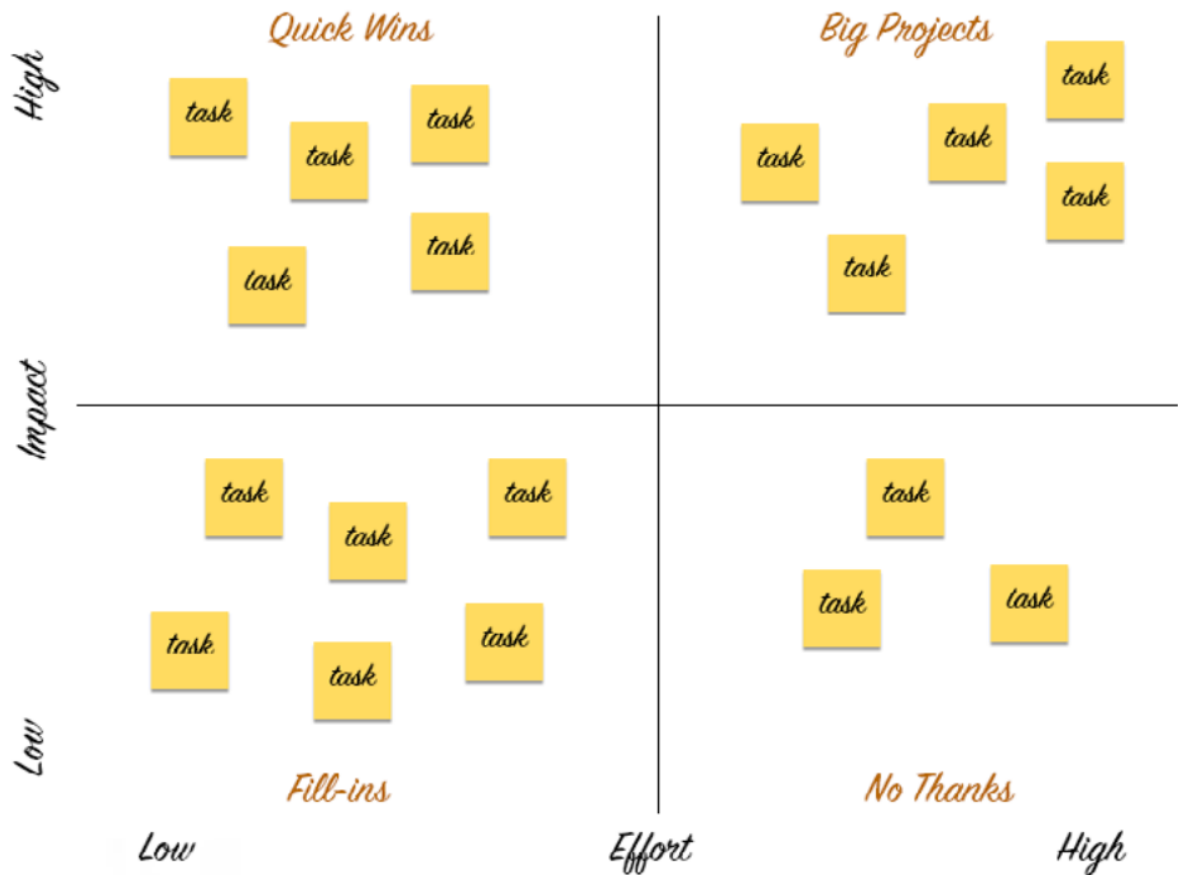


“برای ساخت یک ماتریکس، میتوان از نمونه زیر استفاده کرد که شامل دو محوری باشد. برچسب هر محور با ویژگی ها و خصیصه هایی است که شما را برای تصمیم گیری هایتان هدایت خواهد کرد. برچسب هایی که میتوان از آنها استفاده کرد چیزهایی شبیه به این ها می باشد. مهم/مهمتر (با اهمیت / بی اهمیت)؛ آسان / سخت؛ فوری / فوری تر.

هر ایده/ویژگی/ابزار را روی یک تکه کاغذ چسبنده یاد داشت کنید (sticky note). و به عنوان یک تیم، هر برگه یاد داشت را بر اساس ویژگی ها در یک ربع از این ماتریکس بچسبانید. و بعد روی ایده ها تمرکز کنید.

در ربع بهینه شده (معمولا ترکیبی از "مهم" + "آسان" یا "فوری" -- بستگی به شرایط و زمینه خواهید داشت)

Kate Rutter سرپرست در شرکت Intelleteo



۳) نمونه اولیه از MVP (minimum viable product)

MVP برای نشان دادن کمترین مقدار تلاش لازم برای سنجش و ارزیابی فرضیات ماست. MVP محصولی ناقص یا محصولی که عجله وار سر هم شده باشد یا محصولی که گیج کننده باشد هم نیست. در واقع هدف شما از MVP خلق چیزهای کاملی است که در کوچکترین مقیاس ممکن باشد. (یعنی در کوچکترین مقیاس از یک محصول هدف، باز هم خود کامل باشد).

زمانی که روی اولین MVP کار می کنید، روی ترکیب کردن آیتم هایی که در بخش های "Quick Wins" و "Big Projects" از ربع ها ماتریکس بالا جمع شدند تمرکز کنید. هر آیتمی را که در ربع **lower-right** می بینید را دور بریزید، و همه آیتم ها در ربع **lower-left** در انبار اطلاعاتتان انتقال دهید. (تنها قسمت هایی بالایی و با اهمیت تر مهم هستند)

Header

Encounter_73457- Barbera Johnston
 Encounter Status: **Rejected**
 Encounter history (3) and related files

14 - Uneditable fields
 Original File: Professional | Last edit: Not yet modified

STARTED 3 CMS RESPONSE ERRORS
 0 errors changed - 3 remaining
 CMS response errors remain until next CMS response.

0 unvalidated changes
 1 - ignored fields
 1 - Fix later
 You have no changes that require validation.

View as 837 format | View error report

Find

FILTER:
☐ CMS Response Errors ☐ Validation Warnings ☐ Unvalidated Changes ☐ Ignored ☐ Fix Later

SUBSCRIBER

Subscriber Name	Barbera Johnston
Payer Subscriber Number	123456
Receiver Subscriber Number	559893755A

IDENTIFICATION

System ID	Medical Life Health Plan
Claim Type	Aetna
Patient Control Number	987966564
Medical Record Number	Medical Life Health Plan

DETAILS

Submission Type	Initial
Bill Type	13
Frequency	1 - Admit through discharge claim

PARTNERS

Trading Partner	Medical Life Health Plan
Subscriber Name	Aetna
Subscriber ID	987966564
Receiver ID	987557547890
Payer Name	Humana
Payer ID	60920

BILLING/PHARMACY PROVIDER

Billing Provider Name	St. Johns Hospital
Billing Provider NPI	088430302

RENDERING/PRESCRIBING PARTNER

Payer Subscriber Number	123456
Receiver Subscriber Number	559893755A

Error Log (3)

Previous error | Next error

SUBSCRIBER

Payer Subscriber Number	123456
Receiver Subscriber Number	559893755A

PARTNERS

Subscriber ID	987966564
Receiver ID	987557547890
Payer Name	Humana

DETAILS

Frequency	1 - Admit through discharge claim
Total Charge Amount	

«کمینه محصول پذیرفتنی» «mvp» طراحی شده توسط UXPin

برای وب سایت LookThink محصولات پزشک

ممکن است طرح ریزی MVP را شروع کرده باشید ، و بعد با انتقال آن به پلتفرمی دیجیتالی ، یک نمونه اولیه دیجیتالی از آن را بسازید. اصلا نیازی نیست که زیبا باشد ، اما باید برای تست شدن توسط کاربر عملکرد خوب و کافی داشته باشد .

اگر نمونه اولیه MVP شما ۲۰٪ از ویژگی ها و خصوصیت هایی را که ۸۰٪ از ارزش های مورد نظر را ارائه می کند دارا می باشد (قانون پارتو) ، بدانید که در مسیر درستی هستید .همانطور که شما آزمون فرضیه های اضافی را تست می کنید ، با این کار کیفیت را افزایش می دهد.(مثلا تاثیر رنگ برند شما در کاربردپذیری)

نتیجه گیری

هیچ وقت فکر نکنید همه پاسخ ها را می دانید .

همانطور که نمونه اولیه از MVP را امتحان می کنید ، ممکن است نیازهای اضافی کاربر را پیدا کنید و لازم می شود اولویت بندی در نیاز های کاربر را دوباره انجام دهید . نگران نباشید ، طراحی هیچ وقت یک فرایند خطی نیست.

درحالی که فرایند فردی هر طراح متفاوت است، ولی همه آنها از چهارچوب فکری یکسان پیروی می کنند : پرسیدن مشکلات، یافتن زمینه های مربوطه از طریق تحقیقات کاربری ، و سنجش کافی مفروضات موجود و ایجا فرایند های جدید ، کشف نیاز های جدید کاربری و مفروضات .

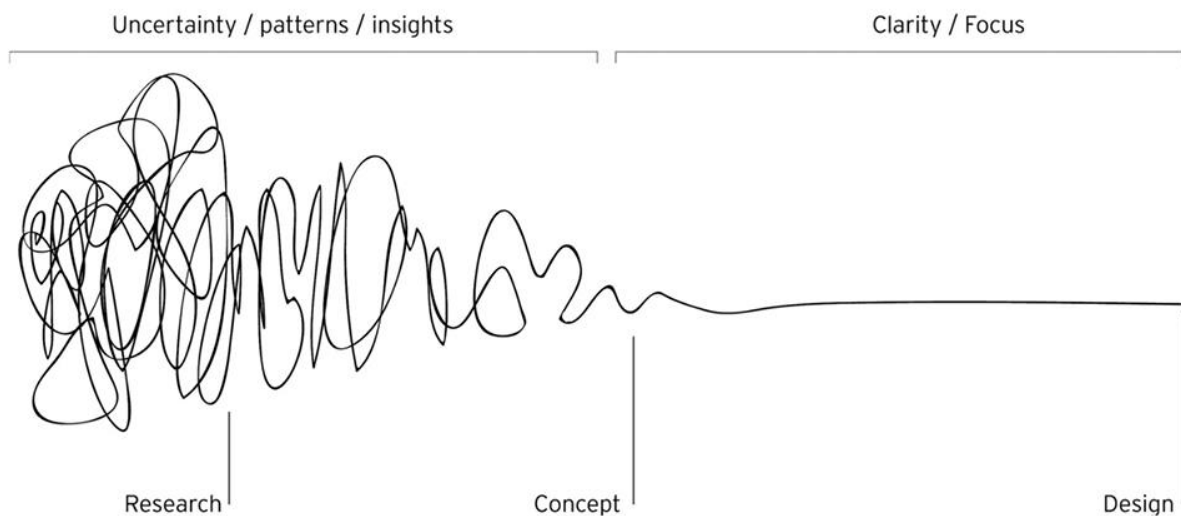
در فصل بعد ، به طور شدید عمیقی وارد اطلاعات و داده ها با جزئیات بیشتری در مورد فعالیت ها و در دسترس بودن هایی می شویم که کمک می کنند تا به عنوان طراح برای فرایند ها ، از کشف مشکلات و مساله ها تا پالایش راه حل های تصمیم گیری کننده پیش برویم .

فصل دوم :

تمرین UX : وظایف و دست آورد ها (Deliverables)

چون UX یک موضوع و رشته نو ظهور است ، بدست آوردن یک تجربه کاری معنی دار می تواند سخت باشد ، مخصوصا زمانی که اولین شروع کننده هستید یا اولین باریست که قصد دارید در جمع دوستان خود اینکار را شروع کنید .

در فصل اول ، فرایندهای فکری که هر طراح UX باید در هنگام شروع بطور خالصانه و ناب بداند را تشریح کردم. اما از الان توضیح می دهم که آن فرایندهای فکری چطور خودشان را در قالب وظایف و deliverables آشکار می سازد.



برای خود یک کتاب خانه شخصی UX شده بسازید

رویکرد خود من برای UX ، جدا کردن فرایند طراحی تجربه کاربری نسبت به مراحل و مجموعه های مهارت است :

مراحل طراحی UX

- تحقیقات مقدماتی (Preliminary Research)
- نمونه سازی اولیه (Prototyping)
- تست کردن کاربر (User Testing)
- نگهداری (Maintenance)

مجموعه مهارت های UX

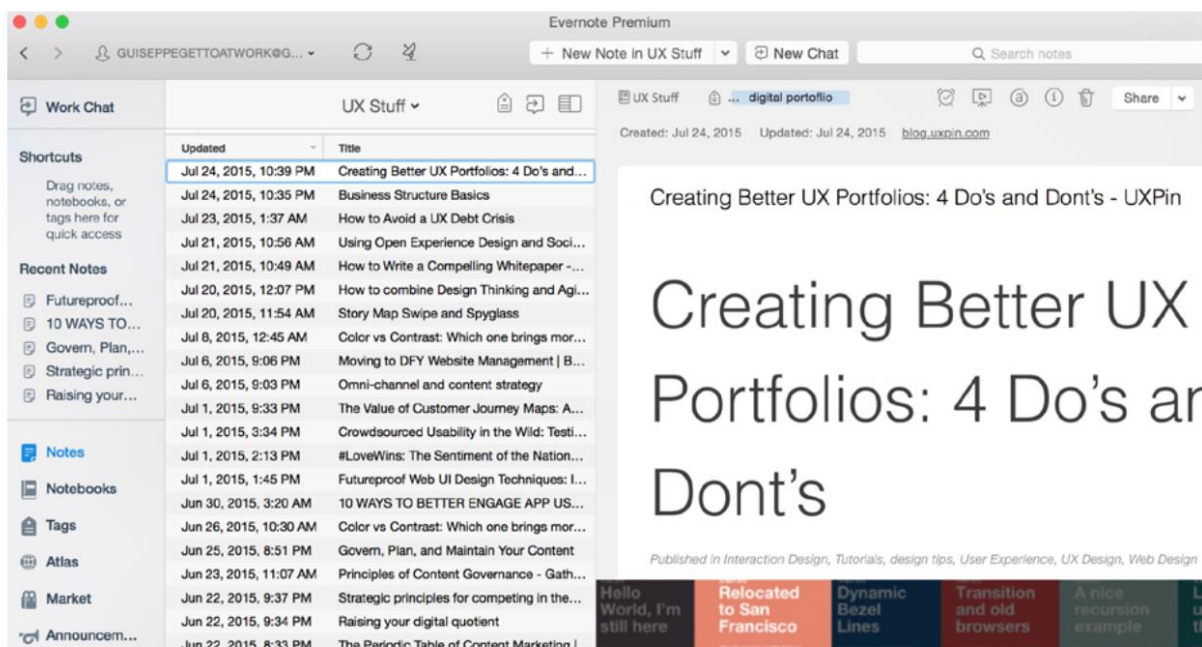
- User Research – تحقیقات کاربری
- Interaction Design – طراحی تعاملی
- Information Architecture – معماری اطلاعات
- Content Strategy – استراتژیست محتوا
- Visual Design – طراحی بصری

اساسا ، فرایند های پروژه UX از طریق یک سری مراحل که تا حد زیادی تکراری بوده (به معنی حلقه و تکرار و گردش) و مدام در حال انجام و پیگیری هستند ، و همچنین انواع گوناگونی از مجموعه مهارت هایی که متمایز می باشند تشکیل خواهند شد .

من این لیست را نه تنها برای دانشجویان خودم ، بلکه برای کمک به خودم هم سازماندهی کرده ام .

از آنجایی که UX یک فرایند همیشه خطی نیست ، من یک کتابخانه از منابع و مراجع برای دسترسی سریع به آنها ساخته ام .

من یک لیست در برنامه اِورنوت (Evernote) به نام "انجمن UX" دارم که شامل مقاله، کتاب، پست های بلاگ، و وب سایت های مربوط به UX می باشد که همیشه برای من مفید هستند. همچنین همه این منابع را با دسته بندی خاص تری برچسب میزنم تا به من برای پیدا کردن موضوع خاصی کمک کند. (مثلا: طراحی تعاملی، استراتژی محتوا، نمونه سازی سریع، و همچنین چیزهایی)



اگر من روی پروژه ای کار می کنم که به برخی تفکرات قوی و مستحکم در مورد طراحی تعاملی نیازمند دارد، مثلا: بعد از این که من این منابع را بیرون کشیدم و رویکرد خودم را بررسی کردم. لیستی که وجود دارد خیلی کم اهمیت تر از منابعی است که شما جمع آوری کرده و به این موارد متصل می کنید. من همیشه و بصورت تمام وقت به این لیست موارد بیشتری را اضافه می کنم.

بخش تفکر برگشت پذیر: هر وقت که روی پروژه ای کار می کنم و در مورد قدم بعدی ام مطمئن نیستم، برمی گردم به لیست منابع خودم نگاه می کنم و حتی برای امکانات و موارد جدیدتری کمی جستجو انجام می دهم. حتی اگر تئوری و اصول کاملی از UX در ذهن داشته باشم، باز هم به طور منظم به تخته رسم و وایت بردم برمی گردم و بهترین شیوه هایی که برای موقعیت های خاص وجود دارد را بررسی می کنم.

دانستن کافی نیست . باید مدام تمرین کرد، و مطمئن شد که آنچه که انجام می دهید، با توصیه های مشاوران و متخصصان باتجربه تر مطابقت دارد. (**فکر کردن ، تمرین کردن ، تکرار و تایید و انعکاس**) : اینطوری می توانید هم دانش UX را یاد بگیرید و هم آن را حفظ کنید .

تمرینات مقدماتی تحقیق و تحقیقات کاربری

من دوست دارم تمرینات UX را با جفت کردن و ادغام مراحل طراحی و مجموعه مهارت ها به آدم ها معرفی کنم با این کار می توان به خوبی زمانی که برای طراحی واقعی لازم است را تشخیص داد یا حتی می توان در زمان طراحی هم صرفه جویی کرد، مخصوصا زمانی که برای شروع مطمئن نیستید.

این مسیر با تحقیقات اولیه و مقدماتی شروع می شود. **تحقیقات مقدماتی** راحت ترین مرحله UX است که نادیده گرفته می شود حتی اگر یکی از مهمترین مراحل باشد هم به راحتی کنار گذاشته می شود.

تحقیقات شامل گردآوری همه اطلاعات داده ها و ابزارهایی است که شما برای پروژه و یا ساخت یک طرح کلی از پروژه نیاز خواهید داشت و به کمک آن به سهام داران و ذینفعان توضیح خواهید داد که چطور با شما در پروژه کار کنند، حتی اگر تنها خودتان و مشتریانانتان هستید .

نکته ای از یک طراح مرفه ای



"از بازخورد های منفی کاربران نترسید. این یک مساله شخصی نیست. این به این معنی نیست که شما یک طراح بد هستید. به این معنیست که به درک بهتر کاربران یا حتی درک کاربرانی بهتر نیاز دارید!!! به این معنیست که باید نیاز های کاربران را بهتر بفهمید یا حتی لازم است کاربران بهتر و مفیدتر خود را پیدا کنید و بفهمید . بازخورد های کاربر را با کمال میل قبول کنید حتی چیز هایی منفی و غیر قابل قبول را هم قبول کنید."

Laura Klein سرپرست در شرکت Users Know

و نویسنده کتاب Lean UX for Startups

یکی از بهترین منابعی که در این مرحله می شود به آن رجوع کرد کتاب **The UX Team of One** ، به نویسندگی **Leah Buley** است .

آقای لین بولی تقریباً هر ابزاری که شما می توانید فکرش را کنید طراحی کرده است. اگر در مورد یاد گیری و انجام UX مصرا نه جدی هستید حتماً این کتاب را بخوانید . تعداد زیاد تری از منابع خوب هم بجز این وجود دارد ولی این کتاب یک مجموعه بزرگی از رویکردهای عالی برای UX است که شامل بسیاری از نکات دقیق و ظریف شگفت انگیزی در مورد فرایند تجربی شخص خود نویسنده است . از آنجایی که طراح UX فردی را هدف گیری کرده است، برای آنهایی که سعی دارند تا خودشان به تنهایی کار کنند عالیست.



تحقیقات کاربری ، معمولاً با پرس و جوی مضمونی (contextual inquiry) شروع می شود. پرس و جوی مضمونی با توجه به مطالعات قومی و تحقیقات عمقی و تشریح علمی آنها شامل مصاحبه با کاربران در مورد خواسته ها و نیازهای آنها است، معمولاً در محیطی که در واقع آنها از محصول استفاده می کنند انجام می شود.

Steve Portigal کتاب بسیار خوبی را در مورد تحقیقات محیطی با عنوان مصاحبه با کاربران (Interviewing Users) نوشته است . استیو همه نکات ریز و دقیق در رابطه با نحوه مصاحبه و گفتگو کردن با کاربر ، چگونه به تصویر کشیدن آنچه که برای آنها اهمیت دارد، و اینکه چگونه به آنها کمک کنیم تا آنها هم به ما در انتخاب بهترین طرح و طراحی ها همانطور که خودشان کشف کرده اند کمک کنند ، توضیح می دهد.

در هنگام برخورد با یک پروژه واقعی ، دو نوع پروژه وجود دارد که تاحدی برای انجام تحقیقات اولیه / تحقیقات ریز تر خود به راحتی در دسترس هستند.

(۱) پروژه های فرضی

در این نوع پروژه ها، شما محصولی را می شناسید یا انتخاب می کنید و آن را باز طراحی می کنید. یا محصولی فرضی از خود طراحی می کنید. یا حتی می توانید دو محصول را بگیرید و **در مقابل یکدیگر بررسی کنید** و آن دو را به چالش بکشید . نکته این است که طراحی کردن حول محصول شناخته شده برای نشان دادن این نکته که شما چیزهایی برای کمک کردن دارید عالی است ، حتی برای برند های شناخته شده .

(۲) پروژه های مشتری محور

این ها پروژه هایی هستند که با مشتری واقعی و برای طراحی یا باز طراحی یکی از آنها می باشد (حالا یا با دست مزد یا بی دستمزد کار می کنید) . برای انجام پروژه های این چینی ، معمولاً نیاز است که به هیچ یک از ویژگی هایی که در کسب و کارهای محلی و غیر انتفاعی وجود دارد نگاه و توجه نکنید . به دوستان ، بستگان و همکاران خود و آدم هایی که برای کسب و کار خود به طراحی نیاز دارند مراجعه کنید و با آنها در مورد یک پروژه همکاری مذاکره کنید .

(۳) دست آوردهای این مرحله (Deliverables at This Stage)

کارهای دیگری که می تواند برای افراد تازه کار در **UX** گنج کننده باشد این است که **deliverables** در این مرحله به چه معنیست و با چه چیزی برابر است : در یک فرایند طراحی، افراد چه چیزی را در چه نقاطی از کار باید به شما بدهند ؟؟؟!!! برای هر مرحله، برخی از deliverables های مشترکی را ارائه خواهیم کرد که در هر مرحله به شما کمک می کند تا مراحل را پشت سر بگذارید. یک لیست بزرگ و جامع و عالی از روش های UX و deliverables ها را می توانید در وب سایت **UXDesign.cc** پیدا کنید.

اشخاص (Personas): پروفایل هایی از افرادی هستند که کاربران قدیمی یا اولیه شما بودند یا می توانند باشند، یعنی کاربرانی واقعی که نماینده ای از جمعیت کلیدی و اصلی در تحقیقات کاربری شما هستند. همه مستندات تحقیقات کاربری ناشی از همین پرسوناست. بطوری که خیلی ها برای اینکه یاد بگیرند، **چطور آنها را به درستی ایجاد کنند**، زمان های زیادی صرف می کنند.



JONATHAN VIZZIER

"Design isn't just how it looks, it's how it works."

Demographics:

- 27 years old
- Masters in Visual Design
- Visual Designer
- Single
- Earns \$85K per year

list [text](#)

Behaviors & Beliefs:

- Obsessive over visual quality
- Hates when product managers use the word "just" before describing last-minute tasks
- Wants to be as involved in the design process as possible
- Loathes jargon, wishes people would get to the point

Characteristics & Attributes (0 to 5)

- Design experience: 3
- Education: 4
- Tech Savviness: 5
- Ambition: 5
- Workload: 5

Goals:

- To build a strong portfolio, regardless of whatever job I'm at
- To start mastering UX design by the end of this year for a career transition
- To rise up in his company and start getting assigned larger-profile projects

داستان های کاربری (User stories) : حال که شما پرسوناهای خود را دارید ، لازم است که اکشن و عملیات هایی را به آنها ابلاغ کنید. هر پرسونا یا شخص حداقل به چند داستان کاربری نیاز دارد ، چون آنها نماینده و نشان دهنده مهمترین عملکردها و انگیزه ها و واکنش های کاربر هستند شما می توانید یک **Google spreadsheet** شبیه به **این** بسازید. این ابزار، راهی سریع برای بدست آوردن زاویه دیدی شبیه **زاویه دید پرنده هاست** ، تا زمانی که برای همکاری و همدستی نیاز به راهنمایی داشته باشید .

As a...	I want to...	So that...
Marketer	Quickly offer feedback on designs	Everyone can see the possible revisions and I can get back to my daily non-design work
UX Designer	Add interactions to wireframes in one click	I can create prototypes quickly to test my interaction design
Business Analyst	Add rough prototypes in under 5 minutes to my list of business requirements	I can illustrate business requirements to designers in a way that won't be misinterpreted

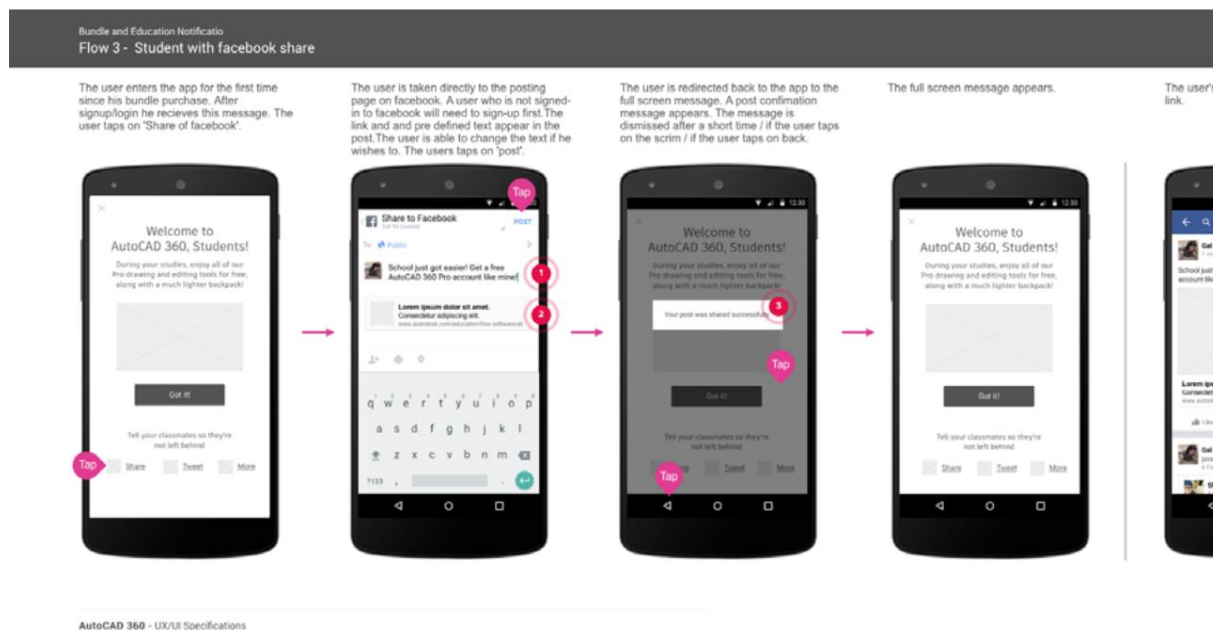
سناریوی کاربری (user stories) : سناریوی کاربری ، جزئیات وضعیتی را در داستان های کاربری تشریح می کند و به عبارتی سناریوی کاربری پر از وضعیت هایی است که در داستان کاربر شرح داده می شوند.

[کاربر + نقش / وظیفه / اکشن + محیط /پیرامون = سناریو]

این سناریوها کمک می کنند تا با داستان ها و اتفاقاتی که کاربران با آنها روبرو می شوند بهتر هم دردی و همراهی کنید چرا که شما در حال اضافه کردن و بررسی جزئیاتی هستید که مربوط به انسان هاست. این هم تمرین دیگریست که فقط در مقابل کاربر نایستید و بیشتر با حال و احساسات آنها درگیر شوید.همچنان بتوانید به آنها احساس دهید. برای برخی سناریو های کاربری سریع چند ستون اضافی به سناریوی خود در **spreadsheet** اضافه کنید و تاجایی که می توانید سناریو ها را در آنجا قرار دهید .

As a...	I want to...	So that...	Scenario 1	Scenario 2	Scenario 3
Marketer	Quickly offer feedback on designs	Everyone can see the possible revisions and I can get back to my daily non-design work	It's 7:30PM on a Friday night. John should be home already, but he's staying late wrapping up the copy for a new landing page set to go live next week. He sees an email from the designer on another project asking for some emergency copy since they just realized the header and first paragraph is still in Lorem Ipsum. He feels frustrated because he asked the designers to insert some rough copy as a starting point. John's already clocked in 50 hours for the week, so he wants a smooth way to give his feedback as easily and quickly as possible so he can head home.		

جریان کاربری (User flows) : برای هر سناریو ، جریان کاربری ، طرحی اولیه از مسیری است که کاربرها از طریق آن با محصول/ سرویس در تماس هستند . جریان کاربری می تواند مسیری در یک نقشه (journey) باشد یا کشیدن خطی ساده که راه و روش هایی که کاربر را برای استفاده از محصول یا سرویس به آن می رساند را شرح می دهد . جریان کاربری شامل **تجزیه و تحلیل کارها و وظایف** است ، جریان کاربری تصویری تمیز و شفاف از چگونگی ساخت ساده ترین راه ها و مسیرها را می دهد تا کاربران اهداف تعیین شده از سوی شما را کامل کنند .



جریان حرکت کاربر طراحی شده توسط uxpin برای شرکت Autodesk

نکته ای از یک طراح مرفه ای

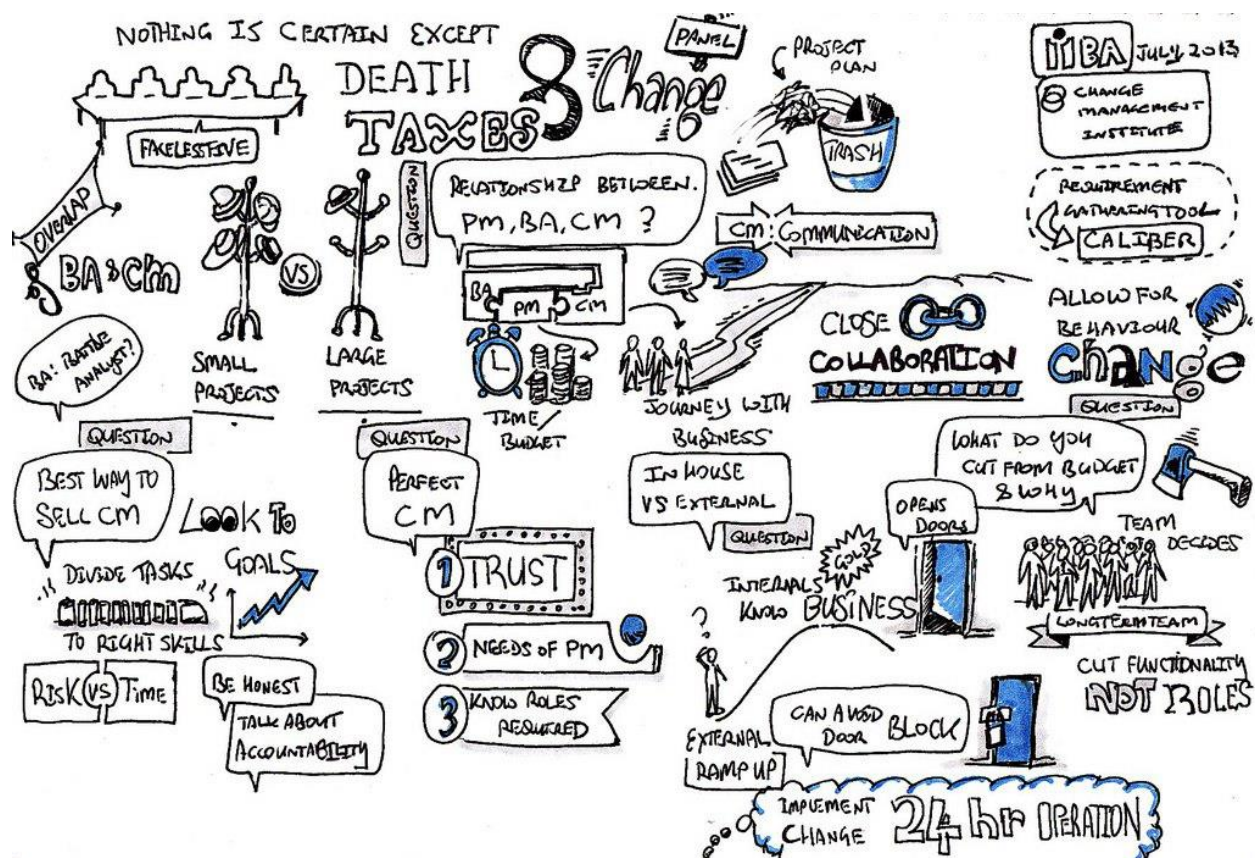


“از بزرگترین اشتباهاتی که از طراحان تازه کار دیدم این است که مشکلی که قرار است برای آن راه حل ارائه کنند یا هدف از طراحی را کاملاً نفهمیده اند. این امر باعث می شود که خیلی زود برای ارائه و تولید تنها یک راه حل (نمونه) در بالاترین درجه از دقت/کیفیت (چیزی شبیه پروژه نهایی) اقدام کنند.

این که مطمئن شوید واقعا مشکل را فهمیده اید، و نتایج مطلوب را شناخته اید مسئله خیلی مهمی است. بهترین راه برای شروع طراحی، اکتشاف چندین گزینه متعدد در LO-fi است: جریانهای کاری/وظیفه، نمونه اولیه زمخت و داغون. بنابراین می توانید تشخیص دهید که کدام ایده طراحی راه حل بهتری برای کدام مشکل خواهد بود.”

Kate Rutter سرپرست در شرکت Intellecto

یکی از عناصر اصلی برای حفظ و حمایت از هر محصول دیجیتالی این است که بتوان فهمید که آن محصول چطور از اطلاعات (معماری اطلاعات) استفاده می کند ، و چطور کاربران به این اطلاعات دسترسی دارند و برای دستیابی به کارها و وظایف (استراتژی محتوا) از آنها استفاده می کنند.



از سوی دیگر، استراتژی محتوا، کاربر محور بوده و معطوف به این ساختار های اطلاعاتی و جریان هاست . مانند هر سیستم پیچیده ای، اگر این ملاحظات مهم پیش بینی نشده باشند، محصول دیجیتال نخواهد ماند و هیچ محصولات دیجیتالی دوام نخواهند آورد. به همین دلیل ، طراحان تازه کار UX را تشویق می کنم تا به مرحله نگهداری (**maintenance**) به عنوان اولین قدم خود فکر کنند: " شما لازم است برای آن از همان دقایق اولیه برنامه ریزی کنید."

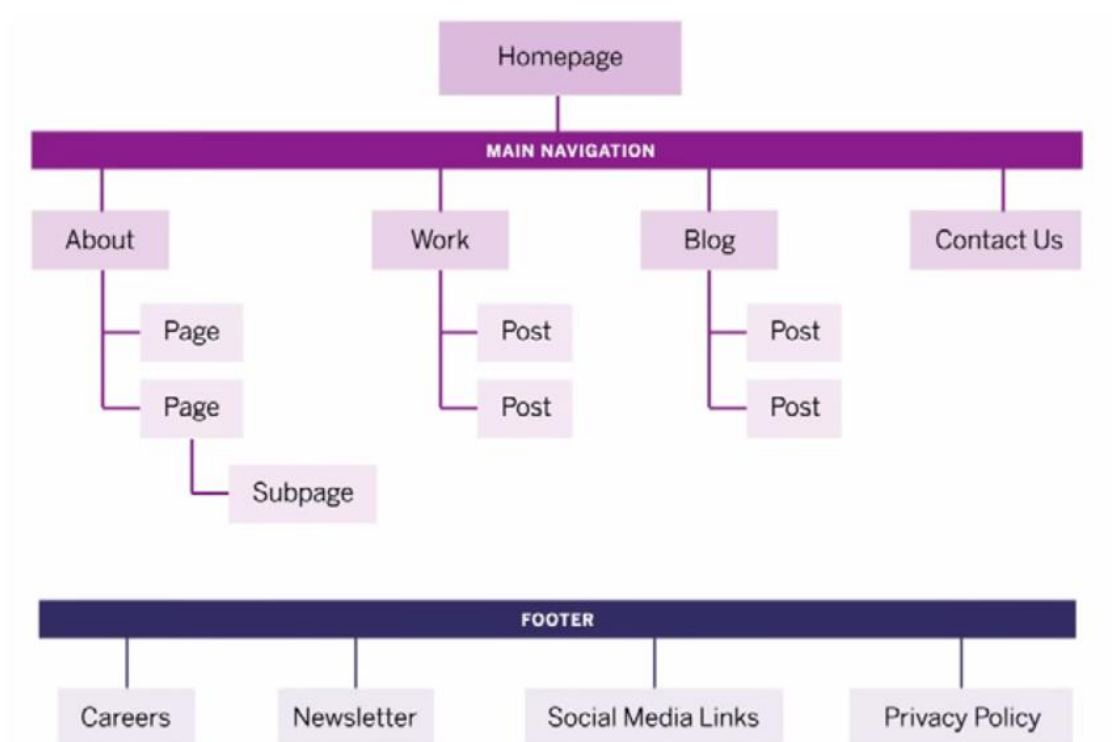
خود من قبل از اینکه هر کاری را طراحی کنم این مرحله را با توسعه دهندگان خودم شروع می کنم. به این ترتیب ، می توانم یادداشت برداری کنم و آنها را در این مدت بهبود ببخشم .

در همان موقع، این دست آورد ها (deliverables) هم طول عمر زیادی دارند، که آن هم به دلیل انجام مداوم آن در مراحل جاریست . دوباره : UX تکرار شدنی است ، و هر مرحله تنها یک بار اتفاق نمی افتد. این مرحله ، و این مجموعه مهارت ها ، بعد از راه اندازی و اجرا محصول نهایی بسیار مهمتر خواهد بود .

دست آورد ها در این مرحله (Deliverables at This Stage)

نقشه سایت (site map) : نقشه سایت ها چگونگی اتصالات همه صفحاتی (یا تعاریفی دیگر از عناصر) که در پروژه یا محصول باهم را شرح می دهد . معمولا در یک نمودار خطی ساده یا درختی رسم می شود. شما حتی می توانید با ایجاد نقشه **سایت تعاملی** مجموعه ای جنگل مانند ، از سایت مپ هایی که با درخت هایی از ویرفریمها و نمونه های اولیه و پروتوتایپ ها به هم متصل هستند را طراحی کنید. (مانند نمونه هایی که در زیر آورده شده است)





طبقه بندی ها (**Taxonomies**) : طبقه بندی ها ، لیست هایی از واژگان برای تمامی اطلاعات موجود در یک محصول هستند. آنها مخازن محتوایی نیستند . اما کمک می کند تا مطمئن شوید که این اطلاعات قابل استفاده ، معتبر ، و کنترل شده هستند . یکی از بهترین نمونه ها از منابع طبقه بندی شده **TaxoTips** است.

برنامه کنترلی/تسلط محتوایی (Content Governance Plans) : یک برنامه تسلط /کنترلی محتوا ، استراتژی کاملی برای بروز رسانی ، اصلاح و حفظ و نگهداری تمامی محتوای درونی محصول است . اغلب شامل چندین زیر عناصریست که کمک خواهد کرد که مشتریان شما محصولاتشان را حفظ کنند . این موارد می تواند شامل :

- لیستی از اهداف روشن و شفاف برای توسعه محتوا و تسلط/کنترلی
- یک تقویم یا برنامه ای بلند مدت برای توسعه دادن محتوای جدید از محصولات
- لیستی از مخازن محتوایی یا مکان هایی درون سازمان یا فضای آنلاین که محتوایی آماده شده وجود دارد که می تواند برای محصول استفاده شود.
- یک برنامه منظم برای بررسی محتوا ، یا فهرستی کامل از وضعیت و اثر بخشی همه محتوای موجود در محصول

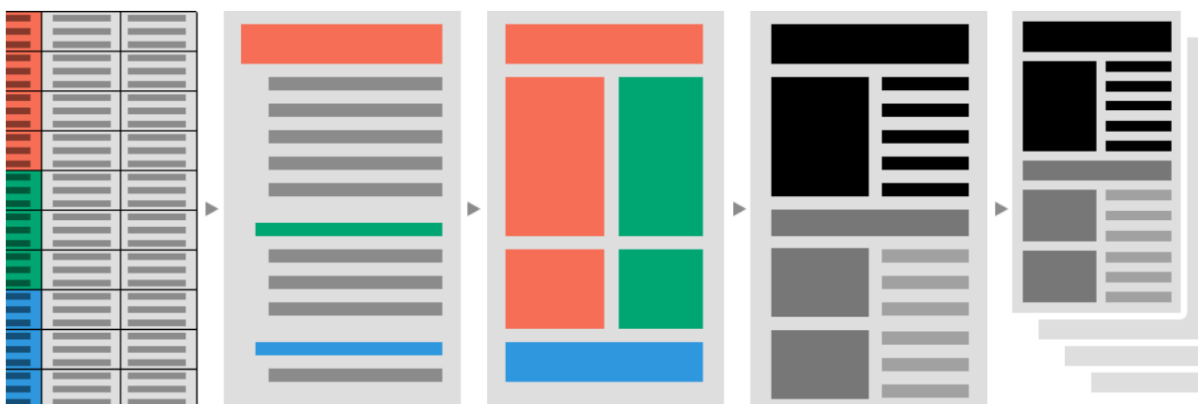
تمرین نمونه سازی ، طراحی تعامل ، و طراحی بصری

پس از اینکه احساسات و نیازهای کاربران و ساختار محتوا و مطلب خود را دریافت کردید ، حالا وقت آن است که چیزهایی برایشان بسازید .

فرایند بسیار پیچیده تر از آن است که به نظر می رسد ، و معمولا جایی که بسیاری از افراد تازه وارد UX در کار با آن گیر کرده اند . با توجه به منحنی یادگیری کوتاه (و تقاضای کارفرمایان برای تخصص)، من به شدت توصیه می کنم ، باید روی نسل جدیدی از برنامه های نمونه سازی اولیه سرمایه گذاری کرد.

البته ترفند مهم و اصلی در این مرحله ، این هست که چه چیزی برای ساختن وجود دارد، و چه قدر زمان برای ساخت آن لازم است (یا مد نظر قرار گرفته شده است). برای تصور کردن این قضیه ، لازم است که در مورد ارتباط بین یک نمونه اولیه ، تعاملات کاربر، و عناصر UI فکر کنید. (در نهایت اجزا و عناصری که کاربران خواهند دید)

به قول یکی از **مقالات اخیر که توسط آر جیتی بانرجی** نوشته شده است ، اساسا "هدف اصلی از ساختن نمونه اولیه آن است که امتحان کنیم که آیا جریان محصول روان و سازگار و قابل درک هست یا نه ؟!"

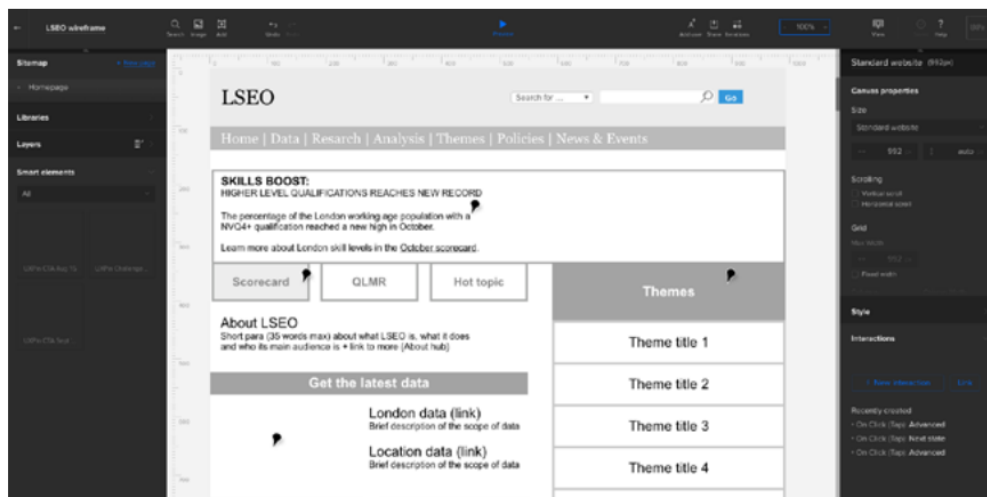


نمونه اولیه محصولی نهایی نیست. این نکته خیلی مهم و حیاتی است، چون شما اصلا نمی خواهید که توسعه دهندگان در انتخاب تکنولوژی و فناوری خاصی وسواس به خرج دهند یا حتی محدود به تعدادی از آنها شوند. یا حتی گاهی با سیستم مدیریت محتوایی (CMS) کار می کنید که انتخاب های محدودی دارند.

به همین دلیل، طراحان تجربه کاربری (UXers) را تشویق می کنم تا به نمونه اولیه به عنوان یک نوع MVP که می توانند برای تست کاربران استفاده کنند، فکر کنند. نمونه اولیه باید هم به ذینفعان (منظور مشتریان و کسانی که تصمیم می گیرند از محصول استفاده کنند) و هم به کاربران احساس شفاف و روشنی بدهد که چطور می توانند با محصول نهایی تعامل داشته باشند. شما باید از به هم ریختگی طرح خود با تعداد زیادی المان های UI که شاید بعدها بر اساس ملاحظات مختلف اضافه خواهند شد جلوگیری کنید. در زیر چند مورد را اشاره کرده ام:

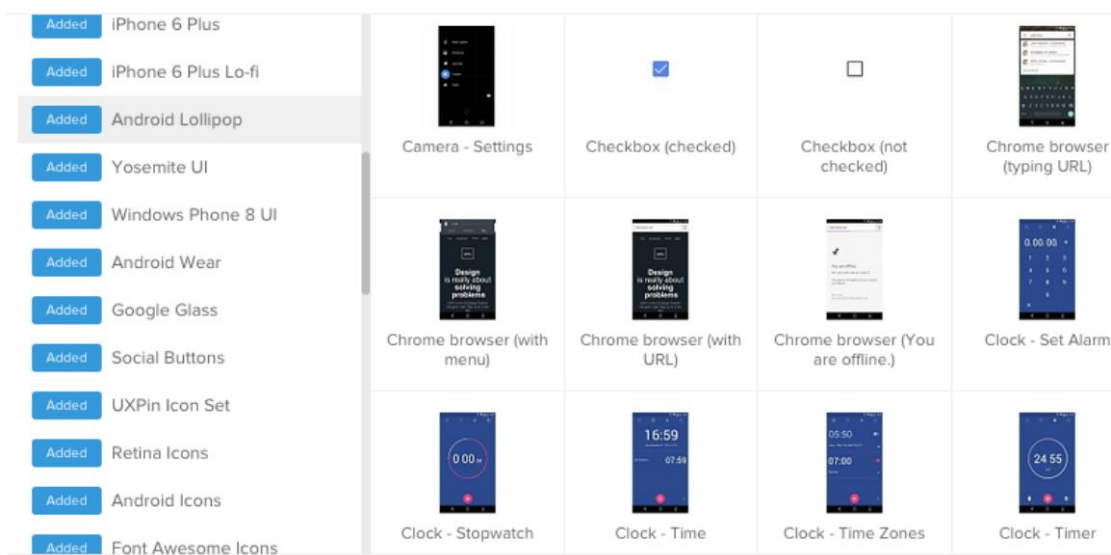
دست آورد های این مرحله (Deliverables at This Stage)

وایرفریمها (Wireframes): هر نمونه اولیه با یک وایرفریم استاتیک و ثابت شروع می شود، که هر کدام یک صفحه از برنامه یا وب سایت را که شامل المان های UI هستند را به تصویر می کشد. وایرفریم ابزاری مفید تر برای توسعه چشم اندازی واحد و منسجم از یک محصول است. که تمرکزش روی ساختار محتوایی به جای ظرافت بصری و زیبایی کار است. وایرفریم اگر قابلیت کلیک شدن داشته باشند، ما آن را به عنوان یک وایرفریم تعاملی **lo-fi** مطرح می کنیم.



وایرفریم طراحی شده در UXPin

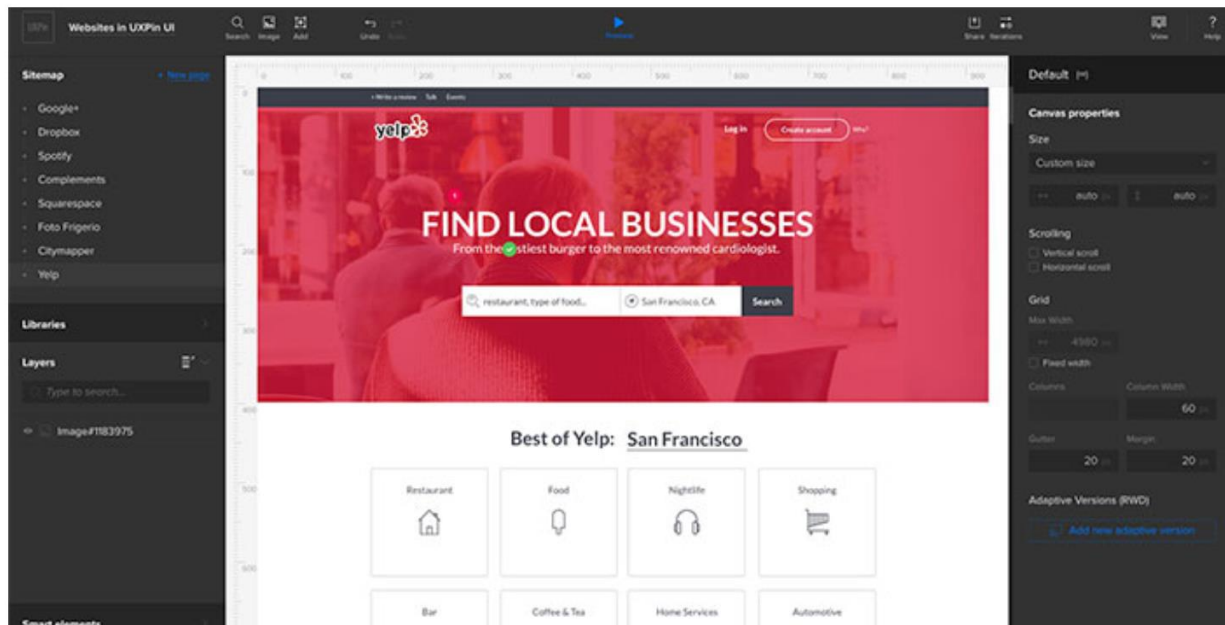
المان های طراحی در UI (UI elements): المان های UI اجزای اتمیک (جزء به جزء) از محصول هستند که کاربران بالواقع آنها را خواهند دید . شما باید در نمونه اولیه خود برخی از المان های UI را داشته باشید ، مثلا دکمه ها ،لینک ها ،فضاهایی که از دیگر فضاها مجزا و مشخص شده اند .(مثل فوتر، هدر ،اسکرول بارها ، عکس های داخل صفحه ،لگو ها و..)، و چیزهایی که کاربران برای تعامل بیشتر با نمونه اولیه ما به آنها نیاز دارند را در طرحتان استفاده کنید.به عنوان افزایش کیفیت محصول خود، المان های بیشتری در طرح خود ارائه کنید.



موکاپ (Mockups): موکاپ ها تصویر و نمایی کامل تر از محصول هستند.آنها معمولا وسیله ای با کیفیت بالا و **hi-fi** هستند.(مثل چیز هایی که در برنامه های فوتوشاپ یا اسکچیج ممکن است بسازیم). موکاپ ها می توانند استاتیک و ثابت ویا با قابلیت کلیک شدن باشند.و به انواع ابزارهایی که برای توسعه آنها استفاده می کنید وابستگی و ارتباط دارند. اگر کلیک شدنی هستند ، می توانیم آنها را به عنوان رسانه ای با کیفیت بالا (hi-fi) در نظر بگیریم .

در فرایند طراحی مرسوم ، معمولا از وایرفریمینگ شروع می کنید، بعد نمونه اولیه را ایجاد می کنید و در نهایت نمونه ای کاملتر را در طراحی بصری با موکاپ ارائه می کنید. بااین حال ، می توانید تنها به راحتی از نمونه اولیه شروع کنید و به سمت خلق موکاپ بروید. روند کارتان را با دست آورد های **deliverable** هر مرحله آزمایش کنید واز هر مرحله و فرایندی که شما راحت تر هستید استفاده کنید .

تمرین کردن تست کاربری و تحقیقات کاربری



موکاپ طراحی شده در UXPin

در این جا ، مهم است به یاد داشته باشید که فرایند طراحی UX فرایندی بازگشتی است .یعنی تقریبا هیچ وقت در خط راستی (مسیر مشخصی) حرکت نمی کند .

دلیل این که من این کار را انجام می دهم این است که تست کاربر نقطه ای است که بسیاری از برنامه های خوبی که قرار است انجام شود، درست نیست. گاهی اوقات شما باید مراحل را هم با توجه به محدودیت های زمان یا ملاحظات دیگر ترکیب کنید .

به دلیل این که من به عنوان مشاور UX روی پروژه های سریع و fast-paced کار می کنم ، اغلب زمانی برای مصاحبه با تعداد زیادی کاربر که می خواهم را ندارم. بنابراین تمایل من این است که **تحقیقات کاربری** خودم را با **تست کاربرپذیری** اولیه ترکیب کنم و بعد یک دور دیگر تست سریعی با نمونه اولیه با کیفیت بالاتری انجام دهم.

	User 1	User 2	User 3	User 4	User 5
User feels interface is overwhelming					
Prefers "search" over browsing the categories					
Requested that "Accepts Credit Cards" be a top-level filter					
Wants photo gallery accessible on results page to assess restaurant ambience					
Bookmark feature was frustrating					
Needs clearer indication of price ranges					
Felt it was easy to sort restaurants by "Open Now"					
Could not find the Events tab					

به یاد داشته باشید که تست کاربری خیلی با تحقیقات محیطی (contextual inquiry) فرق می کند. این درحالیست که تحقیقات محیطی برای گرفتن مفهوم گسترده تری از نیازهای کاربر با حداقل نمونه اولیه lo-fi که با آن تست می کردید طراحی شده است. تست کاربری هم برای تست کردن کاربرپذیری طرح، طراحی شده است. یعنی چطور در رسیدن کاربر به اهداف خود تاثیر دارد. باید مطمئن شوید که اهداف کاربران در این نقطه چه چیزی هایی هستند، و یا آن برای طراحی کردن اسکریپت تست کاربرپذیری سخت است، کدام یک کلید اولیه برای دست آورد های deliverable برای این مرحله است.

۱) دست آورد های این مرحله (Deliverables at This Stage)

(قبل از تست کردن)

طرح تست کاربرد پذیری (Usability test plan): اهداف، مقاصد، روش شناسی و متودولوژی برای تست کردن را خلاصه کنید. آیا تست کاربرد پذیری را روی سایت انجام می دهید یا از راه دور؟ آیا مناسب و معمول هست یا نامناسب و غیرمعمول؟ چند نفر در این تست شرکت می کنند؟ پیشنهاد می کنم مقاله های ۱- قالب صفحه برای یک بحث مختصر شده و جالب از تامر شارون و طرحی با قابلیت اسکن شدن یا کاربر محور را دنبال کنید.

۱- صفحه تست کاربرد پذیری داشبورد

متن و سند تست کاربری (User testing script): به منظور انجام تست کاربری تاثیر گذار، لازم است تا سندی دفتری یا همچنین چیزی، برای تمام تجربه ها ایجاد کنید، که شامل کسانی باشد که می خواهید برای تست کردن از آنها استفاده کنید. تست کاربری شما باید نسخه هایی از پرسونا های شما باشد. اگر مرتباً این روند را مثل تکالیف خانگی تکرار کنید برای شما خیلی راحت و ساده خواهد شد.

فقط لازم است تا شما افرادی را پیدا کنید که با پرسونای شما مطابقت کنند. وظیفه و نتیجه درآنالیزها و تحلیل های شما هم باید به شما بگوید که چه قدم هایی لازم است تا کاربران را از آن طریق به اهداف های خودتان و خودشان هدایت کنید . اگر دارید عمل تست را معتدل و با دقت اداره می کنید ، کاربران را تشوق کنید تا با صدای بلند فکر کنند و باز هم به آنها اطمینان دهید که شما درحال تست محصول هستید نه تست خودشان .

Usability Test Script

<!-- This is a sample Usability Test Script. Feel free to fill it in with your own data and use it during your own research. I recommend learning the text by heart (it's important that you want to keep your own style), rather than reading it. -->

*Welcome participant warmly and show her a place in which you're going to conduct the test. For the introduction part, seat her in a way that will let you see her face (helps with natural conversation). The Computer screen should show a neutral website (Google, Yahoo etc.). **Don't** show the research software yet.*

Hello {Name of the participant}, thank you for coming. My name is {your name} and I'm a researcher for {name of the product} – I'm going to walk you through the session today.

Before we'll start I have some information for you.

We're currently testing {name of the product} to learn as much as we can about the way people use it. Every product is intended to work in a certain way by its creators, but as you know – the reality might be quite different. The goal of this research is to get us as close to the reality as possible.

The session will take about an hour.

از این کیت تست کاربردپذیری می توانید استفاده کنید

(بعد از تست)

گزارشات کاربرد پذیری (Usability reports): من دوست دارم که گزارشات خودم را با دیگر مراحل قبلی ترکیب کنم، مثلاً وایفریم ها و نمونه های اولیه اصلاح شده را باهم ترکیب کنم، اما صرفه نظر از این موضوع: شما باید یافته های مربوط تست کاربری خود را برای مشتریان خود بفرستید و با یکدیگر مشورت کنید. مهمترین بخش تولید گزارش کاربردپذیری خوب یک مقدمه و معرفی کامل در مورد این است که در مورد نمونه اولیه شما چه چیزی موثر بوده و چه چیزی موثر نبوده است. من رویکردی شبیه به “crap sandwich” را دوست دارم: من با چیزی که موثر باشد شروع می کنم، بعد در مورد چیزی که موثر نبود حرف میزنم، و بعد با چیزی که در قدم های بعدی برای ساخت محصول موثر تر لازم است کار را تمام می کنم. سه قالب اشاره شده شامل برخی از این نمونه گزارشات هستند.

Usability Test Report

Summary

<!-- A word of explanation: Blue color and "html comment tags" are used throughout this template to indicate comments that you should delete after completing the report with your own content. Our comments are meant only to provide guidance. -->

<!-- When you've finished the report, summarize your work and key findings here. Be brief and to the point. -->

“Might be good a idea to include the most interesting customer quote here. It helps with emphasizing your points”

<!-- By reading this section, stakeholders should immediately understand:

- the reason for conducting the test,
- when it was conducted,
- how it was conducted,
- key takeaways from the test.-->

After analyzing basic use cases of the (name of the product) it came to our attention that further analysis and a test with real users is crucial for improving the overall usability.

After thorough preparation of test scripts (described in the section “Scenarios & Tasks”, we've gathered a group of (number of participants), who use a current version of the service

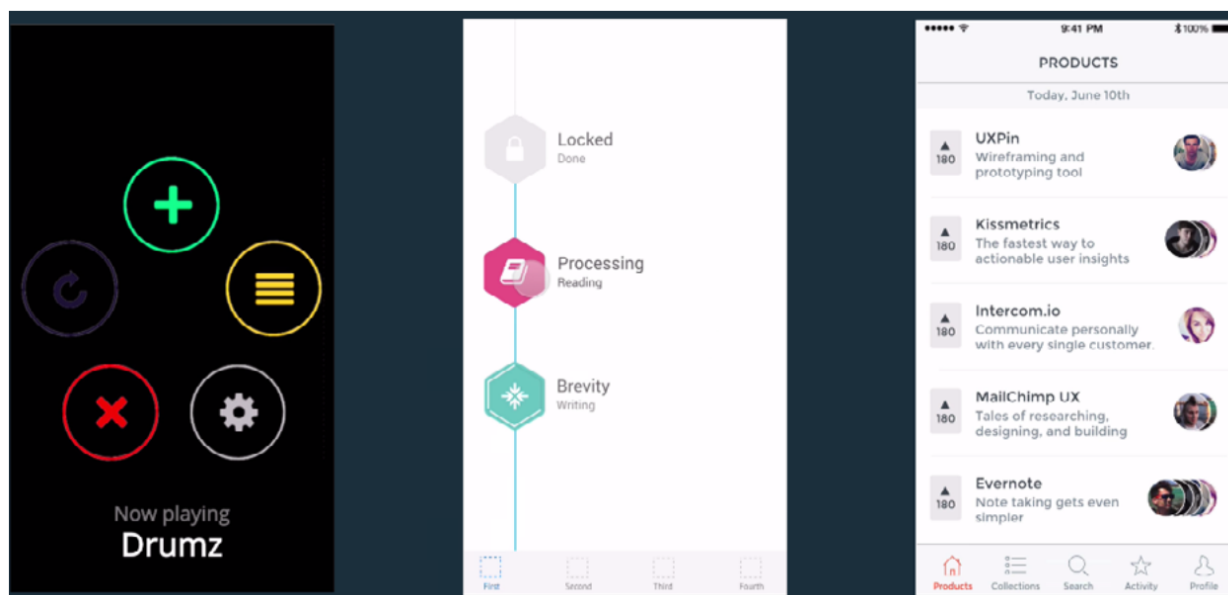
نقشه سفر (Journey map): نقشه سفر شبیه جریان کاربر (user flow) اما با جزئیاتی بیشتر و دقیق تر است. داده های تست کاربری، با استفاده از داده های تست کاربر می توانید دقیقاً بگویید که چگونه کاربران یک محصول نهایی را هدایت می کنند و با

آنها تعامل دارند . اگر مواضع و حوزه های متنی (contextual inquiry) خود را به طور موثری انجام داده باشید، شما حتی می توانید بگویید که آنها زندگی روزانه خود را قبل از کار با محصول شما در کجا و چطور شروع می کنند. پایان مسیر نقشه سفر همیشه انجام وظایف کلیدی است . درنهایت این مهم است که به روشنی "نقاط درد - pain points" یا فضاهایی از محصول که کاربران احتمالا با آنها درگیر هستند ، و آنچه که می توان انجام داد تا این کشمکش و درگیری به حداقل رساند را کشف کنید و توصیف کنید. **کتابچه** ای در مورد همین موضوع برای شما آماده شده است.

Phase	Before service	Before service	Before service	During service
User goal				
User expectations				
User process				
Experience (0 to 5)				
Good				
Bad				
What could we improve				

نمونه اولیه پالایش شده (Refined prototype) : هدف اصلی تست کاربری ، بهبود نمونه اولیه است. اگر از نمونه اولیه خود چیزی اشتباه نبینید و پیدا نکنید ، احتمالا باید عمیق تر به مساله نگاه کنید. تقریبا غیر ممکن است که حدس بزنید ، چگونه کاربران

واقعی و موثر با نمونه اولیه شما ارتباط برقرار می کنند، و این یعنی اینکه احتمالاً یکسری مشکلات کاربردی وجود خواهد داشت (و این فرضیه درست است). شما همیشه باید هر تغییر و تکرار نمونه اولیه را با کاربران خود تست کنید.



از این مباحث بیرون بزنید و ابزار های UX خود را یاد بگیرید و بکار ببندید.

اگر تفکری وجود داشته باشد که شما با آن بخواهید بهتر شوید، فقط و تنها راه این است که باید به درک بیشتر از مباحث نظری و تئوری در مورد UX برسید تا بتوانید در مورد هر چیزی در آن خوب باشید. خب شاید شما در حال تمرین بر روی خودتان هستید یا اینکه برای کارآموزی و یا راه اندازی حرفه و تخصص دومی در موقعیتی جدید در سازمان فعلی خود جستجو می کنید، اما کافی نیست، حتما باید بیرون بروید و تمام این ابزار و فرآیندهای را امتحان کنید. و درست مثل هر تجارت و کسب و کاری، به همان اندازه در همه آنها خوب نخواهید بود، و این به نظرم خیلی هم بدک نیست.

متخصصانی در UX مانند دیگر رشته ها و حوزه ها وجود دارند. شما معماران اطلاعات، استراتژیست های محتوا، محققان کاربری و متخصصان نمونه سازی خواهید یافت. در واقع، حتی افرادی هستند که هیچ کاری جز ایجاد طبقه بندی برای سازمان ها برای استفاده در خطوط تولید خود، انجام نمی دهند.

اگر می خواهید کارفرمایی شما را استخدام کند، از مدل مهارت های T-شکل (T-shaped) به صورت زیر پیروی کنید:

- یک کلیتی در تمام قسمت ها و زمینه هایی که در بالا گفته شد، داشته باشید، اما در آنچه که بیشتر از بقیه علاقه دارید رشد کنید و متخصص شوید.



اینجا همه چیز به ذهنیت شما بستگی دارد. خودتان را یک یادگیرنده ببینید نه یک دانشمند یا آگاه به مساله. یادگیرنده ها می توانند اشتباه کنند و اصلا اشتباه برای آنهاست. آنها مجاز نیستند چیزی را بدانند (از حفظ بدانند یا الگوی محض داشته باشند) و باید از طریق سر هم بندی کردن و جورچینی اطلاعات به جای پرداختن به آگاهی هایی که از قبل پذیرفته شده اند روند کاری خود را پیش ببرند .

این یکی از روحیه های خوب طراح است که من تا به حال با آن کار کردم :

- آنها فروتن هستند . مدام می خواهند چیز های جدیدی یاد بگیرند امتحان کنند و همیشه مایلند تا چیز هایی که نمی دانند را بپذیرند (یا حداقل زمانی که موضوع برای آنها نامعلوم و مبهم است)

فصل سوم :

بهتر شدن به عنوان طراح از طریق اشخاص دیگر

برای اینکه طراح خوبی در UX شوید ، باید غرور خود را کنار گذاشته با دیگران همراه و متکی به آنها شوید .

نه تنها با تمرین کردن مهارت های خود را بهبود بخشیده و پیشرفت خواهید کرد ، بلکه شبکه های خود را ایجاد می کنید. همانطور که پاتریک نیمن مدیر یک تیم UX در **بلاگ خودش** اشاره کرده ، بهترین شغل های UX از طریق عبارت های دهانی (گفتگو کردن) بدست می آید.

در این فصل ، تاکتیک هایی را توضیح خواهیم داد که می تواند به هر کسی کمک کند تا مهارت های خود را اصلاح کند (حتی اگر آموزش رسمی UX را نداشته باشد).

- چگونگی ایجاد یک رابطه خوب و حرفه ای با مربی UX
- چگونگی تبدیل شدن به یک شاگرد UX
- چگونه پروژه های UX خود را آغاز کنید تا کارفرمایان و ذینفعان متوجه آن شوند.

تاکتیک ۱ : ایجاد رابطه با مربی UX

یکی از بهترین راه هایی که برای تجربه کاربری ناب و سریع یا **Lean UX** پیشنهاد می شود ، پیدا کردن یک استاد و راهنماست . هر گاه که به عنوان یک مبتدی تردید داشتم ، برای مشاوره از منتور و مربی و استادهايم سوال می پرسیدم.



اصلا نگران تکیه کردن به مربی و استاد برای پر کردن شکاف دانش خود نباشید. اولین باری که کسی از من در مورد پروتوتایپینگ برنامه موبایل درخواست کمک کرد، اصلا احساس خجالت و شرم نمی کردم که به آنها بگویم چیزی در مورد انجام دادنش نمی دانم.

با این حال، من اشاره کردم که با نمونه اولیه واکنش گرا (responsive prototyping) آشنا بودم و مطمئن بودم که می توانم به آنها کمک کنم. و من این کار را بعد از مدتی وقفه برای آنها انجام دادم، با این حال، اشاره کردم که با نمونه اولیه واکنش گرا آشنایی دارم و مطمئن بودم که می توانم به آنها کمک کنم. و بعد به یکی از مربیانم طرح را ایمیل کردم، و ما از این طریق مابقی نتیجه را فهمیدیم.

با این حال پیدا کردن یک مربی و منتور UX می تواند فرایندی مشکل و دشوار باشد. اکثر سازمان های ملی (مثلا UXPA یا موسسه IA و یا IXDA و در ایران هم uxbook، مرجع فارسی کتاب های تجربه کاربری)، دارای شبکه های مربیگری هستند که آنها تلاش کرده اند تا افرادی را تاحد امکان برای مربیگری پرورش دهند، اما من همیشه ترجیح دادم مربی و منتور های خود را به صورت غیر مستقیم پیدا و انتخاب کنم.

من در کنفرانس ها و ملاقات های محلی حضور داشتم و به طور کامل با غریبه ها صحبت می کردم. وقتی به نظر می رسید که با کسی تنها هستم، ویا اگر به نظر می رسید که آنها چیز هایی می دانند، به سمت آنها می رفتم و از آنها می خواستم که اگر امکانش هست در مورد پروژه های آینده من و اشکالات آن مرا همراهی کنند.

و مهمتر از همه: اگر آنها جوابشان مثبت بود، آنها را همیشه در لیست پیشنهادهای خودم که برای حل مساله تدوین کرده بودم، قرار می دادم.

من نمی توانم باور کنم که چه تعداد افراد سرگردان سال ها از من درخواست می کنند که آنها می توانند در آینده مشاوره بگیرند، و خب بعد از آن هیچ وقت دنبال من نبودند. مشورت از یک متخصص باتجربه UX با ارزش ترین کالا و متاعیست که در این سیاره خاکی برای مبتدیان وجود دارد. این را به یاد داشته باشید که باید همیشه می توانید از کسانی که آگاهی بیشتری دارند و مسافت های زیادی را در دنیای پهناور UX سیر و سیاحت کرده اند چیز های زیادی یاد بگیرید.

نکته ای از یک طراح مرفه ای



"من بسیاری از طراحان تازه کاری را می بینم که قصد دارند تا یا استارتاپ خود را راه اندازی کنند یا با استارتاپ ها قرارداد ببندند . که می توان هر کدام را درون محیط هایی قرار داد که فرض می کنند بلافاصله قرار است متخصص و کار بلد شوند. طراحی کردن برای استارتاپ ها به اندازه کافی سخت است زمانی که چند دفعه ای در محدوده بلاک شدن و بسته شدن بوده اید ، زمانی که یاد می گرفتم طراح شوم ، خیلی خوش شانس بودم که برای تیمی شگفت انگیز از زنان با استعداد در طراحی برش نان کارکنم، معلمان فوق العاده ای بودند که به من کمک کردند سریع یاد بگیرم . زمانی افرادی هستند که می توانند به شما کمک کنند تا بهتر کار کنید مطمئن باشید در زمینه کاری خود خیلی زودتر یاد خواهید گرفت . پس بدنبال آنها در اطراف خود بگردید"

Laura Klein سرپرست در شرکت Users Know

و نویسنده کتاب Lean UX for Startups

مشکلات و دشواری های بلقوه در تاکنیک ها

تاکتیک ۱: مربیان غیر موثر بی مسئولیت و ناکارآمد

در عین حال ، هرکسی قرار نیست واقعا منتور و مربی باشد ، و فقط در حد یک معلم یا راهنما برای شما ظاهر خواهند شد.

دلایلی وجود دارد که یک سری از طراحان تجربه کاربری حرفه ای کارگاه ها ، کلاس ها ، و حتی رویداد ها را برگزار می کنند و میزبان هستند و مابقی خیر. همانطور که با بسیاری از روابط حرفه ای ، می توانید در یابید که آیا نیاز شما توسط مربی و منتور خاصی برآورده می شود.(یا با مربی قبلی توانسته اید برآورده کنید یا خیر!!!)



اگر شما سعی دارید تا از یک منتور و مربی مشورت بگیرید و او نتواند به شما کمکی بکند ، سعی کنید مشاوره های مختلفی را از مابقی افراد بگیرید. خود من به عنوان یک معلم ، می توانم به شما بگویم هیچ معلمی برای هیچ دانش آموزی به اندازه کافی عالی و مناسب نیست ، همانطور که هردانش آموز نیازهای خاصی دارد که هر معلمی نمی تواند آنها را ببیند و برطرف کند .

همیشه پیگیر منتور و مربی خود باشید و کارها را با هم دنبال کنید. (و همیشه سعی کنید در صورت امکان با این افراد شخصا ملاقات کنید) ، اما اگر این کار به این شکل میسر نشد ، از اینکه پیش آنها بروید اصلا نگران نباشید.

اگر می خواهید راه مربیگری یا مربی گیری را کوتاه کنید، می توانید در یک دوره آموزشی مربیگری / مربیگری آنلاین نیز ثبت نام کنید. کلاس ها مثل همیشه حداقل یک ساعت در هفته برای ملاقات و دیدار با یک مربی در اسکایپ (یا به طور شخصی و حضوری) برای پرسش و پاسخ و بحث در مورد پروژه شما اختصاص می یابد.

تاکتیک ۲: تبدیل شدن به یک شاگرد(کارآموز) UX

تاکتیک ۲ ممکن است با همان تاکتیک اول یکسان باشد ، اما همراه با "کارآموزی UX" ، حرف من همان چیز است که فرید بیچر معنی کرده است : " آموزش تجربی آن است که شما را از UX صفر به یک دنیای بزرگ تری از UX ببرد و به یک حرفه ای UX تبدیل کند."

این ها اغلب برنامه هایی هستند که توسط سازمان های UX (مانند Nerderly , Fresh Tilled Soil) حمایت و پشتیبانی می شوند. وقتی برنامه ها را بررسی می کنید ، مطمئن شوید که به دنبال فرصت برای کار بر روی پروژه های واقعی هم هستید .



(در ایران هم گروه ها و اجتماعات مختلفی وجود دارند که می توانید کانال های ارتباطی زیادی را در آنها کشف کنید و همین توصیه ها را انجام دهید. مترجم)

دوره های شاگردی و کار ورزی (Apprenticeships) مثل دوره های کارآموزی و کار آموختگی است (internships) ، اما افرادی مثل من (و فرید بیچر) دوست ندارند که از قبل تر شروع کنند ، چون یک کارآموز می تواند به چیزهای زیادی معنی شود. یک کارآموز فقط به این معنی است که شما در یک زمینه سازمانی در حال کار هستید ، اما شاگردی کردن یعنی به طور واقعی برای نوعی حرفه ای گری آموزش خاصی می بینید .

(به معنی این دو اصطلاح دقت کنید : کارآموزی (internships) و شاگردی و کار ورزی (Apprenticeships). مترجم)

بنابراین : همه کارآموزی و کار آموختگی ها ، شاگردی و کارورزی نیستند، اما برخی ها با کمی تفاوت یکی می باشند.

برنامه های رسمی با مقدار زیادی تلاش دست به دست با UX همه به سمت این دسته کشانده می شوند.(مثل **دولت کنت** ، **مجامع عمومی** ، **بنتلی** ، **SVA** ، **UW**) ، هر چند که برخی ها احتمالا استدلال می کنند که آنها با هم خیلی متفاوت هستند. به عنوان یک فرد دانشگاهی و آکادمیک ، واقعا تفاوتی بین این دو نمی بینم ، هرچند تا زمانی که برنامه های دانشگاهی ارتباط خوبی با شرکای صنعتی داشته باشند.

(نکته : این درست در مورد همه کسانیست که من فقط با آنها ارتباط داشته ام.)

تاکتیک ۳ : تجربه های یادگیری موثر

به عنوان یک مبتدی ، همیشه راحت نیست که تشخیص دهید کدام یک از این برنامه ها برای زمان شما ارزش بیشتری دارد. گاهی اوقات باید تمامی برنامه هایی که به نظر می رسد آنچه را که می خواهید به شما یاد می دهد را انجام دهید یا شرکت کنید .

در اینجا یک سری سوال قبل از وارد شدن به این برنامه ها مطرح می شود :

- چه نوع از نمونه کارها و دستاورد ها را از طریق این برنامه ها ایجاد خواهید کرد؟ آیا شما در واقع چیزهایی را ایجاد می کنید که می توانید آن را به عنوان مدرک مهارت های حل مسئله خود نشان دهید؟
- آیا برنامه ای که شرکت می کنید، شبکه ای قوی از کارفرمایانی که می توان با آنها ارتباط برقرار کرد را داراست؟
- تجربیاتی که در این برنامه وعده داده شده و شما انتظار دارید چقدر عملی هستند؟ چقدر و چطور مفهومی و قابل درک ، محصول محور و فرایند محور هستند .

وقتی به آخرین مجموعه سوالات می رسید ، باید برنامه هایی را پیدا و انتخاب کنید که تمام ۴ معیار شما را برآورده کند.(بخاطر اینکه UX نیاز به تسلط همه موارد دارد). حتی اگر برنامه ای تنها وعده یک تا سه مورد از معیار ها را داده ، یا تنها فقط آموزش در مورد حوزه ای خاص یا عناصر محدود تری از UX را ارائه می کند (مثل پروتوتایپینگ و نمونه اولیه سازی)، کمی صبر کنید و جاهای دیگری را برای آموزش جامع مبتدیان بررسی کنید .

تاکتیک ۴ : مشارکت در پروژه های UX فردی

اگر چه به عنوان بخشی از یک برنامه صنعتی یا دانشگاهی ، یا به خودی خود ، هرگز در هر زمان یا در هر کجا به قوانین تمرین UX صدمه نمی زند. اما خوب باید دقت لازم را داشت.



این چیزی است که من به بیشتر مبتدیان می گویم که برای ساخت نمونه کارها و پرتوفولیوی خود تلاش کنند :

- در محل زندگی و اطراف خود سازمان یا شرکتی را پیدا کنید که وب سایت یا برنامه موبایلی دارند که به نیاز به کمک دارد . همه نمی دانند که وب سایت یا نرم افزارهایشان نیاز به کمک دارند، کمک به طراحی بهتر و اجرای UX دقیق تر. به همین دلیل شبکه سازی بسیار مهم و قابل اهمیت است. شاید ۱۰۰٪ از مشتریانی که من در طول سالهای کار خود داشتم ، افرادی بودند که من از طریق شبکه سازی حرفه ای با آنها روبرو شدم و از این طریق بود که برای کمک به طراحی با آنها وارد کار شدم .

- کسانی که در سازمان تصمیم گیرنده هستند ، می دانند که شما در حال یادگیری UX هستید و همچنین برخی از بازخوردها در وبسایت یا برنامه موبایل خود دارند که ممکن است ارزش بالایی پیدا کنند. به آنها بگویید دوست دارید تا با تمرین و ارائه مشاوره به آنها نرخ تبدیل را بهبود ببخشید. اگر می خواهید مهم و موثر باشید، همیشه مسائل مربوط به طراحی را به عنوان مسائل مربوط به کسب و کار مطرح کنید .

- اگر موافق باشند ، پروژه را به عنوان پروژه تماما UX در نظر میگیرند و برخی دست آوردهایی را تولید می کنند که واقعا برای آنها مفید خواهد بود . مثل **حسابرسی محتوا ، نمونه اولیه ای** برای صفحه اصلی جدید وب سایت خود ، یا **طبقه بندی و دسته بندی جدید برای کل وب سایت** هایشان .حتی اگر بتوانید با طراحی که روی وب سایت کار می کند هم کاری کنید ، شما بهتر می توانید کار خودتان را پیش ببرید . در آخر پروژه ، یافته های خود را ارائه کنید. اگر کار را به خوبی انجام داده باشید ، حتی ممکن است یک منبع و مرجع جهت انجام کارهای بیشتر بگیرید و یا برخی از نمونه کارها را خارج از این تجربه ها بدست آورید.

تاکتیک ۵ : پروژه هایی که به عنوان تجربه ای درست و قابل اتکا در UX محسوب نمی شوند

تعداد زیادی از مبتدیان را دیده ام که پروژه های اشتباهی را قبول کرده اند. یا اشتباهی پروژه می گیرند.



این تاکتیک خطرناک ترین تاکتیک است چون : گاهی نیاز دارید تا از افراد با تجربه کمک بگیرید تا کمی در زمینه UX تجربه کسب کنید و یا وقفه ای بیاندازید.

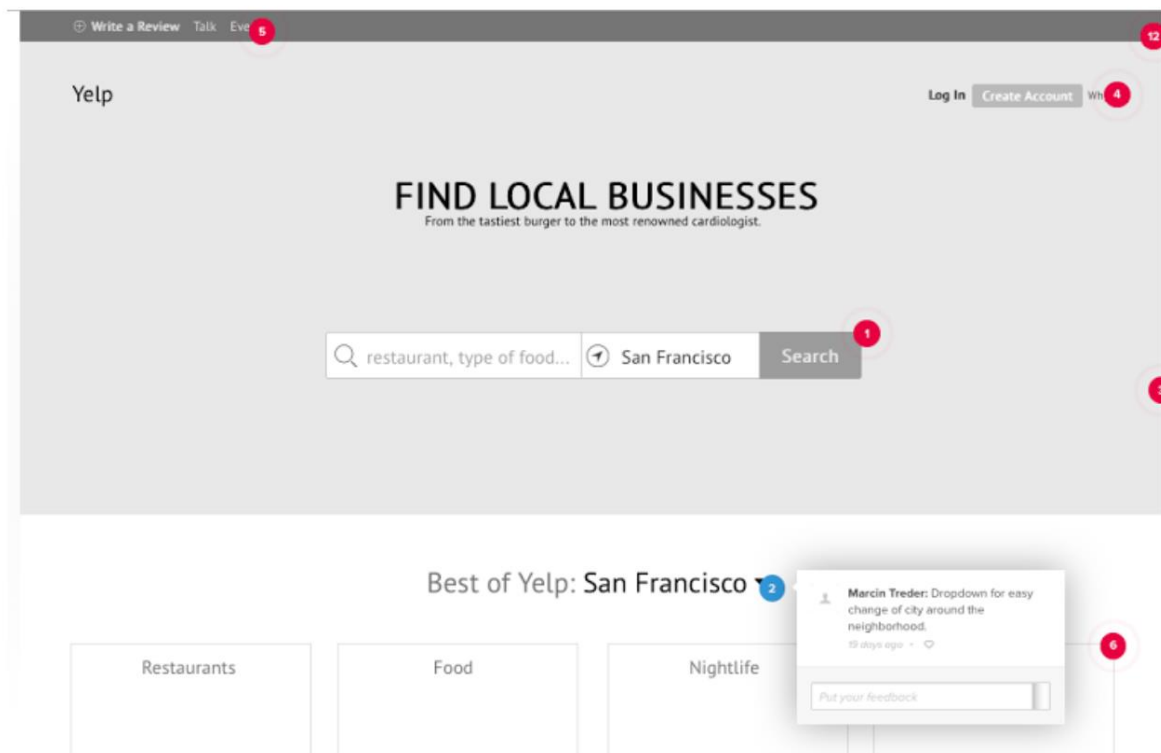
در اینجا چند چیز هست که من فکر نمی کنم تحرک خاصی داشته باشد ، چه اهمیتی دارد که آنها عالی ظاهر شوند :

دستاوردهای تولید شده برای زمینه های غیر دیجیتالی

ممکن است برجسته ترین بروشور در دنیا را برای یک کسب و کار غیر انتفاعی محلی یا کوچک ساخته باشید، اما می توانید یک وایرفریم یا سایت مپ ، برای وب سایتی شناخته شده را نیز بسیار بهتر طراحی کنید.

دستاوردهای که ابعاد زیبایی شناختی طراحی فعلی را نشان نمی دهند

دوست داشته باشید یا نه ، خیلی از طراحان تجربه کاربری حرفه ای با رسانه ها و ابزار های تصویری (دیجیتالی) کار می کنند(من خطرناک ترین مورد را می گویم) : نمونه های اولیه ، وایرفریم ها ، سایت مپ ها ، نمودار های فرایندی و پردازشی و موارد دیگر. لازم نیست که به یک طراح حرفه ای برای یک طراح تجربه کاربری تبدیل شده باشید، اما باید بدانید که چطور ارتباطات بصری برقرار کنید. یعنی با استفاده از این رسانه ها با مخاطب خود ارتباطی بصری و چشمی برقرار کنید.



نمونه اولیه LI-FI ساخته شده در طی تمرین باز طراحی Yelp

دستاوردهایی که تفکر طراحی (design thinking) شما را نشان نمی دهند

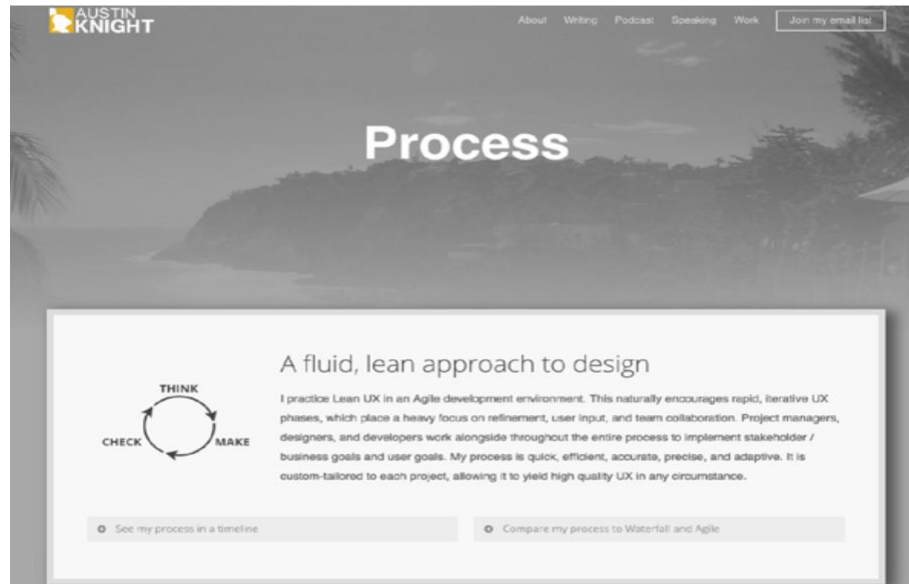
در دنیای امروزی فرایند **Agile UX** ، هر پروژه در صفحه نمونه کاری شما باید مرتبط با موارد زیر باشد :

- چطور به تیم خود کمک کنید تا بین اهداف کاربران و اهداف کسب و کار را تعادل برقرار کنند.
- چطور محدودیت ها را در کسب و کار و تکنولوژی آنالیز کنید .
- چطور با غیر طراحان ارتباط برقرار کنید و با آنها همکاری کنید .
- چطور تحقیقات کاربری و داده های کمی را به بینشی عملی و استراتژی عملی برای تیم خود تغییر دهید .
- چطور با تیم خود برای چالش های غیر منتظره راه حل های خلاقانه یا حتی عادی ارائه کنید .

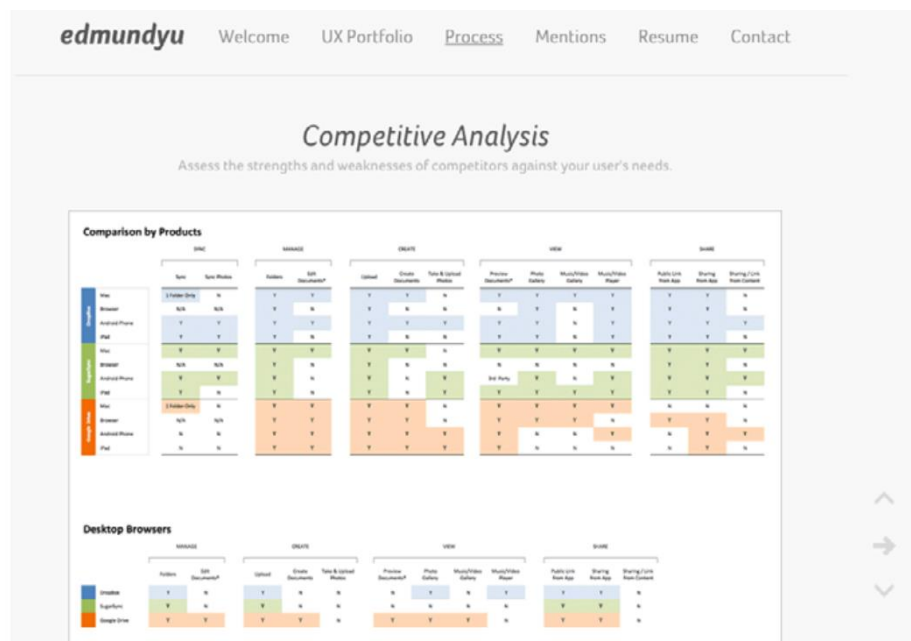
اگر وایفریم ها ، طبقه بندی ها ، و نمونه های اولیه را بدون اتصال دادن آنها به یک داستان و سناریو و قابلیت برگشت پذیری به عقب ارائه کنید ، شما ارزش واقعی کار خود را به عنوان یک طراح به فروش نرسانده اید.

از آنجایی که بهتر است با مثال زدن یاد بگیریم ، نگاهی به این نمونه کارها عالی UX کنید. توجه کنید که چطور دستاوردها فقط ابزارهایی برای ارتباط با تفکر هستند .

Austin Knight طراح تجربه کاربری در Hubspot



Edmund Yu مدیر محصول طراحی در شرکت Bloomz



Ivana McConnell طراح تعاملی در شرکت MyPlanet

Design & Code // Design Salaries Survey 2014

When I first came across [the results page](#) of this survey, done by Cameron Moll, my first instinct was to try and visualise it somehow, to get some idea of how design salaries varied across continents, cities, and countries. Cameron hadn't had a chance to visualise it himself, and I had wanted to have a go with the [HighCharts](#) library for ages, so this seemed like an excellent opportunity. There were some interesting insights to be found in the data, and definitely encourage more surveys like this in the future.

Initial thoughts

The first choice I made when doing this was to visualise only the 'design' occupations. There were freelancers, developers, as well as engineers, but I have only visualised those with 'designer' explicitly stated in the job title, just to ensure focus. Hopefully I'll have time to do other visualisations later, and compare across occupations.

My first instinct upon seeing the data was what the average 'designer' occupation salary was. This would encompass everything from 'Art Director' through to Junior and UX Designer, as well as various countries so it wasn't expected to be hugely accurate, but interesting nonetheless. Again, it did not include 'developer' job titles. In total, the average international 'designer' salary was:

80,422 USD

All In, This included the job titles of Art Director, Chief Design Officer, Creative/Design Director, Design Manager, Designer (Junior, Mid-level, and Senior respectively), Head of UX, UX Designer, Mobile UI Designer, and Motion Graphics Designer/Animator. There were some points removed, where it was obvious an extra zero had been added, or there was a currency error. I have made note of which points were removed later on.

The highest salary included here was 350,000USD, for a Senior/Lead Designer in the US (Los Angeles to be specific), while the lowest was 4,500 USD, for an Junior Designer in India.

Now, on to the charts!

Specific Occupations (on average)

In general, an overarching 'average' salary on its own isn't especially useful, especially when the levels of occupations are so broad, as is the geographical reach of this survey. There were 800 design responses from 48 countries, so we would need to delve a little deeper to actually take some meaning from the data.

I thought a good place to start would be the specific occupations, as well as their averages, to see which ones might be skewing the mean one way or the other. 'Art Director', for example, is a prestigious position to hold, and one would assume that it pays well (or at least, better than certain other design occupations. So let's find out:

بیرون بروید (در اجتماع) و در آنجا بمانید!

اگر چه ممکن است که این کار کلیشه ای و تکراری بنظر برسد ، اما یکی از نیاز های اساسی و حتی می توان گفت از ویژگی های بارز مبتدیان UX سر سختی و مقاومت در اهداف است .

متأسفانه ، ما با مردمی که بیرون از مهد کودک با موبایل نقاشی می کشند شروع به کار کردن نمی کنیم. اگر شما تازه وارد UX شده اید ممکن است این شانس رو داشته باشید که در آینده خیلی چیزها را برای خودتان یاد بگیرید و همانطور که کارتان را انجام می دهید ، به این توجه کنید که مأموریت شما در زندگی داشتن خلاقیت در زندگی و محیط اطرافتان است .



برای آموختن بیشتر در مورد بهترین تمرینات و بهترین مقالات UX، برخی از کتاب های رایگانی که من علاقه مند هستم را بررسی می کنیم :

- **بهترین شیوه های استفاده از وب :** ۷ فصل که در مورد تکنیک های طراحی بصری ، طراحی رابط کاربری و طراحی UX توضیح می دهد .
- **بهترین فرایندهای طراحی UX :** شامل بیش از ۱۰۰ صفحه مشاوره هایی که کل فرایند طراحی محصول را شامل می شوند.
- **بهترین شیوه های طراحی تعامل - واژه ها، بصری ها ، فضاها :** شامل ۷ فصل است که در آن استفاده کاربردی از فضای سفید (white space)، اندازه / فاصله، سازگاری بصری، بار شناختی ، و موارد بیشتری را توضیح می دهد .
- **بهترین روش ها و تمرینات طراحی تعامل :** زمان و رفتار - شامل ۶ فصلی که توضیح دهید چطور می توان اصطکاک ها و حساسیت ها را کاهش داد، برای زمان طراحی کرد ، از طریق انیمیشن ها احساس لذت ایجاد کرد ، بر تصمیم گیری های کاربر و رفتار آنها و موارد دیگر تاثیر گذاشت .
- **راهنمای نمونه سازی اولیه :** شامل بیش از ۱۰۰ صفحه است که در مورد چطور و چه وقت می توان از ابزار های پروتوتایپ ، پروتوتایپ کاغذی ، و دیگر متد های و روشهای متداول و محبوب استفاده کرد .
- **راهنمای ساخت موکاپ :** بیش از ۸۰ صفحه بحث در مورد اینکه چطور موکاپها و مدل های متشکل از هر نوع و خط و مشی و باکیفیت بالا بسازید ، و با بهترین روش ها و تمرینات با فتوشاپ و یا برنامه اسکچ کار کنید .
- **راهنمای ساخت وایرفریمینگ :** بیش از ۱۰۰ صفحه است که در مورد زمینه ها ، ابزارها توضیح می دهد ، و بهترین تمرین برای وایرفریم های آنالوگی و دیجیتالی است .

فصل چهارم :

راه اندازی شغل UX برای خودتان



خب تا اینجا که برخی از متد های اصلی UX را یاد گرفته اید و الان می خواهید شغلی بر مبنای UX راه اندازی کنید. شاید حتی یک یا دو دوره کارآموزی انجام داده باشید و به برخی سازمان های حرفه ای UX پیوسته باشید. شاید هم حتی به یکی دو مورد از برخی آگهی های استخدام سازمانها در مورد کار تمام وقت سرکی کشیده باشید.

در ادامه سه تاکتیک را برای خیز برداشتن به کار تمام وقت به شما پیشنهاد می کنم :

تاکتیک ۱ : UX را در سازمان فعلی خود انجام دهید

تقریبا هر سازمانی امروزه لازم است تا وب سایتی عمومی برای خود داشته باشد و این وب سایت نیازمند UX است. ممکن است که ندانند که به UX نیاز دارند ، اما آنها باید این مساله را بدانند تا بهترین بازخورد را داشته باشند.

و اگر شما چیزهایی از UX یاد گرفته باشید ، احتمالا فهمیده اید اولین توقف تان در این سفرکامل به سرزمین پناه ور UX ("UXhood") ، ممکن است مدیر خودتان باشد. شما تا الان در زندگی خود کارهای زیادی انجام داده اید ، درست است ؟ چرا نمی پرسید که آیا راهی هست که بتوانید UX را درون سازمان خود منتقل کنید؟



اگر موارد زیر درست باشند یا به درستی انجام شود به طور خاص امکان این اتفاق فراهم خواهد شد :

- شما در یک سازمان بزرگ با تعداد زیادی از بخش های مختلف کار می کنید که با یکدیگر ارتباط زیادی ندارند.
- در یک سازمان کار می کنید که به وب سایتی عمومی، برنامه تلفن همراه یا حتی نرم افزار سازمانی وابسته است که هر کارمند باید هر روز با آن سر و کله بزند.
- سازمانی که در آن هستید ، حداقل چیزی از UX شنیده باشد و عموماً فکر کنند که این ایده برای آنها خوب است .

مانند هر رویکردی برای راه اندازی یک حرفه جدید ، خطراتی در ارتباط با این رویکرد نیز وجود دارد. برخی از این خطرات قابل توجه هستند و باید در از خرج هزینه های اضافی بیشتر مراقب بود و از آن اجتناب کرد. در اینجا برخی از آنهايي که شخصا تجربه کرده ام را توضیح می دهم :

ریسک و خطر :

کارفرمای شما می گوید : "خب این ایده عالیست !! چرا این کار را به عنوان اضافه کاری در کنار کار اصلی خود ، بدون هیچ منبع و مرجعی انجام ندهید و بعد گزارشی از آن را به من ارائه کنید؟؟" ، باتشکر!!؟؟"

واکنش و پاسخ :

"نه!!" ، این جواب شماسست که باید کاملا مودبانه اما محکم و قاطع باشد.

ریسک و خطر :

کارفرمای شما در مورد UX اصلا چیزی نمی داند ، اما فکر می کند که ، راه حلی برای همه مشکلات آنهاست و می گوید : "خیلی هم عالی!! چرا که نه !! چرا فقط وب سایت یا برنامه های موبایل را برای ما از اول و اساسی طراحی نمی کنید و به ما اطلاع نمی دهید که تا چه زمانی این کار را انجام می دهید. باتشکر "

واکنش و پاسخ :

"نه!!" ، باز هم این جواب شماسست که باید کاملا مودبانه اما محکم و قاطع باشد: " من یک توسعه دهنده وب نیستم ، اما می توانم با یک توسعه دهنده روی این وبسایت یا برنامه موبایل کار کنم "(مگر اینکه، شما یک توسعه دهنده هم باشید؛ پس اگر بخواهید می توانید این خطر را قبول کنید)." "

(یا می توانید پروژه را تفکیک شده به عنوان توسعه دهنده دریافت کنید و بابت آن هزینه جداگانه ای دریافت کنید. مترجم)

ریسک و خطر :

کارفرمای شما می گوید که : " فوق العاده است!! ، شما تحت عنوانی کار می کنید که به من اطمینان می دهد که آنها همه چیز را درباره UX می دانند، هر چند که به وضوح تجربه ای در آن ندارند. با تشکر !!"

واکنش ها و پاسخ گویی ها :

جواب شما در این مورد هم باید ظریف و مودبانه ولی قاطعانه باشد: " من قطعا برای همکاری در این چنین موقعیت سختی آماده هستم ، اما من برای ایجاد خلاقیت های لازم نیاز دارم تا به برخی مساله های پروژه کنترل داشته باشم . "

تاکتیک ۲: نقش UX را در یک سازمان جدید دنبال کنید

گاهی اوقات ، به دلایل مختلف ، برای شما بهتر است که این سلسله توقعات را کمتر کنید و کارهایی در سازمان هایی جدید را ایجاد یا اجرا کنید . برای انجام این کار ، به دو چیز نیاز دارید :

(۱) داشتن یک پروفایل از نمونه کارهای خود ، حتی اگر آن را بر اساس شرایط و حالت ها و نمونه کارهایی که تا حد زیادی فرضی طراحی کرده باشید.

(۲) زمان و انرژی برای انجام "تست های طراحی" که هرکدام، مکانیسم های غربالگری اصلی برای شرکت ها در استخدام کردن حرفه UX هستند.

اساسا ، نمونه کارها و پروفایل شما به راحتی باید قابل حمل ، ولی کاملا خصوصی و شخصی سازی شده باشد ، که همراه با مجموعه ای از پروژه هایی که نشان دهنده قابلیت های راه حل سازی شما باشد . در هنگام ساختن نمونه کارها ، منابع زیر را مرور کنید ، چون که کارفرمایان بیرونی (کسانی که نمونه کارهای شما را از جای دیگر می بینند) ، کار شما را بیشتر از آموزش رسمی خود ارزیابی و بررسی می کنند .

- ساختن نمونه کارهای UX : ۴ مورد از باید ها و نباید هایی که باید در نظر بگیرید.
- ۱۰ گام برای پروفایل و نمونه کار حرفه ای UX
- چه چیزی باعث ایجاد نمونه کاری عالی و حرفه ای UX می شود؟

نکته ای از یک طراح مرفه ای



" اگر فرایند کاری که انجام می دهید را بطور کامل ، برای ۲-۳ پروژه نشان دهید خیلی بهتر از این است که طرح هایی را با زیبایی بصری برای ۲۰ پروژه نشان دهید. مثلاً آیا می توانید بر اساس امکان سنجی و زیست پذیری ویژگی های ایده ها را فیلتر کنید؟

آیا می توانید پژوهش های خام کاربر را به لیست فعالیت های قابل فهم و کوتاه برای طراحان و غیر طراحان ترجمه کنید؟ این را بدانید که ما بر اساس مهارت های ارتباطی و تحلیلی طراحان آنها را استخدام می کنیم نه فقط توانایی های بصری و تکنیک هایشان . "

Kamil Zieba مدیر ارشد طراحی در UXPin

همچنین لازم است تا برای تست های زمان بندی شده آماده شوید که در آن یک مشکلی را پیدا کنید و آن را برای جلب رضایت مدیر استعلامی حل کنید.

من برای آموزش خودم ، مشکلی را در طراحی جستجو می کنم تا آن را حل کنم. (مثلا بازخوانی فرآیند پرداخت برای یک سایتی که درخواست ها و ترافیک های بالایی دارند : مثل **Overboot** یا **eBay** و بهبود دادن نرخ تبدیل آن)، و بعد سراغ یک پلتفرم طراحی مشارکتی مثل **UXPin** و موارد مشابه آن میروم تا بعضی از پروتوتایپ های باکیفیت تری را با جریان های جدید را ایجاد کنم.

من ۲۰ دقیقه زمان برای خودم تنظیم می کنم ، سپس تفکری که در پس زمینه پروتوتایپ قرار دارد را تشریح می کنم. اگر دوستانی دارید که **UX** کار می کنند ، سعی کنید آنها را در نقش مدیر خود قرار دهید تا به شما فیدبک هایی که لازم است را بدهند .

اگر به طور حضوری نمی توانید با دوستان خود ملاقات کنید، می توانید نظر خود را به عنوان درخواست ارائه بازخورد ها از طرف آنها به پروتوتایپ خود اضافه کنید.

Full name

Address

City, state

Post/ZIP

Country

Card number

☐ MasterCard
 ☒ VISA
 ☐ PayPal

Check out

1

Ben Gremillion: This looks good so far. I'd like to see more space between tap targets, though.
2 hours ago

Jerry: Good feedback. FYI it's still an early prototype, so I focused more on content structure based on ideas from the 1-ups.
a few seconds ago

تخصص ها و شغل های UX معمولا در ترکیب ها و تنوع های زیر مطرح می شوند :

- **شغل ها و حرفه های قراردادی :** این نوع از شغل های معمولا کوتاه مدت (مثلا شش ماهه) هستند. آن ها را ، حتی اگر پاره وقت هم باشند، دست کم نگیرید ، چون ممکن است راه خیلی خوبی برای پروژه ها و تجربه های جدید بعدی باشد.
- **مشاغل دائمی :** این شغل ها و حرفه ها معمولا بلند مدت هستند . آنها معمولا با حقوق و دستمزد و مزایای اضافی که در قراردادهای شغلی بیان می شوند، مانند: بیمه درمانی با کیفیت خوب، امنیت شغلی و حتی برخی از کارهای مدیریتی موجود (مثلا رهبری تیم های پیشرو، مدیر پروژه ، مدیریت کل محصولات و غیره) در دسترس همه نیستند. اینها نیز بسیار سخت تر از کارهای قراردادی هستند.
- **شغل های آزادسی یا گروهی :** این شغل ها و حرفه ها معمولا یا سازمان های کوچکتری هستند که معمولا به طور اختصاصی به کارهای دیزاین مشغول می شوند. به عنوان مثال شرکت های طراحی وب،آژانس های دیجیتال مارکتینگ، و استارتاپ های ساخته شده در حول و هوش اپلیکیشن ها. این شغل ها به نسبت گونه های مشابه دیگر تمایل کمتری به پرداخت های بالا دارند. اما راه خیلی خوبی برای سریع مشهور شدن شماست ، چون کار شما به شکلی است که تقریبا انحصاری دست به طراحی می زنید .
- **مشاغل شرکتی :** این مشاغل با سازمان های بزرگ در مقیاس به طور خاص به یک محصول یا خدمات اختصاص یافته است که مستقیما به طراحی مرتبط نمی شوند. معمولا پرداخت ها و حقوق های خوبی دارند ، اما می توانند فوق العاده استرس زا باشد و اغلب با سازمانی که بخش ها و محیط های متحرک و قابل تغییر زیادی همکاری و درگیری خواهید داشت. این نوع حرفه ها ممکن است برای افرادی که تازه کار هستند تهدید آمیز ، پیچیده و سخت باشد.

شما قطعاً باید به دنبال کار در یک سازمان جدید باشید اگر :

- هیچ نقشی در زمینه UX در شرکتی که در حال حاضر در آن هستید وجود نداشته باشد.
- می توانید به یک مرکز فناوری با تعداد زیادی از مشاغل مرتبط با UX بروید و در آنجا روند کاری خود را توضیح داده و در صورت کسب موافقت کار خود را پیش بگیرید.
- احساس می کنید که به اندازه کافی در مورد UX آنقدر آموزش دیده اید که آماده هستید تا چالش های تمام وقت را اداره کنید. (کارهای شرکتی)

برخی خطرات راه اندازی یک حرفه UX در یک سازمان جدید (تخصیص یک حرفه جدید) :

نامعلومی فرهنگ سازمان جدید و آشنا نبودن با آنها : یا موقعیت ها و رشته های تخصصی UX (کارکردن در محدوده بین فناوری های جدید اطلاعاتی تا کارکردن در زمینه هایی که به کاربران مربوط اند)، لازم است که در مورد وظایف کاری خاصی که وجود دارد سوالاتی بپرسید تا مطمئن شوید که شما برای آن یا آن برای شما مناسب هست یا نه!!!

تاثیر شاخ بودن (خفن بودن) : موضوعی است که بارها در UX بحث می شود. " **تک شاخ ها یا خفن های طراحی** " گروهی از افرادی اند که به طور خیلی عجیب و باور نکردنی ترکیبی کمیاب از مجموعه مهارت ها را دارا می باشند. مثل کسی که به همان اندازه ای که در طراحی بصری خوب و حرفه ای هست ، کد نویس خوبی باشد و یا حتی تحقیقات کاربری خوبی هم بلد باشد. مشکلی که این ذهنیت دارد این است که ، این مشاغل و تخصص ها ممکن است یک مجموعه مهارت های عمده و کلی را به طور کامل با تخصص های UX تقاضا کنند. یعنی همه مهارت هارا به علاوه مهارت های تخصصی UX از این افراد بخواهند.

(که این مورد را در ایران به کرات می بینیم !! مترجم)

مراقب باشید که حرفه و شغل هایی که دنبالشان هستید ، شبیه به شغل های توسعه دهنده ها باشند ، اما فقط دارای چند مجموعه مهارت UX هستند . و مجدداً سوالات زیادی در مورد آنها بپرسید. مهم تر از همه ، در مورد مهارت هایی که دارید صادق باشید.

نکته ای از یک طراح مرفه ای



"کارفرماها به دنبال طراحانی هستند که نمونه کارهای واقعا قوی و مرتبط با پروژه های واقعی/صنعتی/کسب و کار داشته باشند. اگر می خواهید برای یک آژانس طراحی در زمینه تجاری کار کنید، لازم است پروژه های تجاری را که خیلی بیشتر تکراری، مرموز، خاص و قابل توجه دیگران هستند را انتخاب کنید .

اگر از دانشگاه مستقیما به درون صنعت و کسب و کار رفته باشید ، نیاز دارید تا نمونه کارها و پروفایل خود را از طریق راه و روش های دیگری ایجاد کنید :

روی پروژه های خود کار کنید، یا سایتی برای دوستان یا فامیل خود طراحی کنید، یا به موسسات خیریه محلی و پروژه های منبع باز خدمات و سرویس های خود را ارائه کنید. بهترین پروفایل ها و نمونه کارها نه تنها نتایج نهایی را نشان می دهند، بلکه تمام مراحل فرایند کاری شما را نیز توضیح می دهند."

Andy Budd موسس شرکت Clearleft

نکته ای از یک طراح مرفه ای



" شما بیشتر از طراحان، با غیر طراحان سر و کار خواهید داشت. در زمانی که با شما مصاحبه می شود ، سوال های زیادی پرسید و در مورد تصمیمات خود صحبت کنید و اهمیت آنها را باز گو کنید. اشتباهات را بپذیرید. در مورد آنچه که در پروژه های قبلی انجام داده اید ، توضیح دهید و تاثیرات و تجربه هایی که در این مدت از مشتریان یا کسب و کار بدست آورده اید برای آنها تشریح کنید. و قطعاً لازم است که درکی از اهداف کسب و کارها داشته باشید-حداقل مباحث پایه و اصول و مبانی آن را بدانید-- باز هم سوالات زیادی پرسید و کنجکاو باشید و سیگنال و علامت هایی بفرستید که مایل هستید تا قسمتی از تیم باشید، نه فقط مثل هدفونی بی استفاده در دست ."

Cindy Alvarez مدیر طراحی تجربه کاربری در شرکت **Yammer**

تاکتیک ۳ : شرکت طراحی و یا مشاوره خود را راه اندازی کنید



اول از همه شما به مخاطب ، مشتری و کاربر احتیاج دارید. و پیدا کردن مشتریان هم کار سختی است. شما در مقابل بیشتر کسب و کارهایی که از قبل بوده و هنوز هم پابرجا هستند قرار گرفته اید ، که با هم دیگر برای مشتریانی که محدود و تقریباً ثابت اند ، در حال رقابت هستید ، مشتریان هم نیازمند اعتماد به شما و خبرگی و تخصص شما کافی هستند تا بطور قابل توجهی بر روی شما سرمایه گذاری کنند یا پروژه خود را به شما بسپارند.

دوم اینکه ، شما نیاز دارید تا مشهور شوید . در دنیای طراحی ، شهرت به وسیله کار با سازمان ها بدست می آید. اگر تازه شروع به کار کرده اید و تجربه کار رسمی زیادی در UX ندارید، و از طرفی هم شهرت پیدا کردن واقعا سخت است ، لازم است که مشتریانی را برای پیشبرد کار خود جذب کنید. تنها (یکی از بهترین و ساده ترین) راه واقعی برای انجام اینکار ، فریلنسری یا آزاد کار کردن است .

در صورت برآورده شدن هر یک از معیارهای زیر، آژانس یا مرکز مشاوره شما ممکن است پایدار و قابل اعتمادتر باشد:

- شما خودتان را در شبکه ای از دیگر دوستان و متخصصانی که به دنبال اشتراک گذاری کارها و انجام آنها هستند قرار دهید و آنها را پیدا کنید (مثلا شما کاری برای آنها و آنها کاری برای شما انجام دهند - مشتریانی هستند که به UX و مجموعه مهارت های دیگری نیاز دارند که شما می توانید آنها را بر عهده بگیرید).
- در سازمان فعلی خود افرادی که دارای انگیزه، تعهد و مهارت های بسیار بالایی هستند و با آنها کار می کنید را پیدا کنید و تلاش کنید تا فرصت های جداگانه ای را در کنار آنها بوجود بیاورید.
- شبکه ای از افرادی را پیدا کنید که به خدماتی که به UX مربوط هستند نیاز داشته باشند، اما نمی خواهند که کسی را برای این سمت به طور تمام وقت استخدام کنند.

اشخاصی به شما به عنوان یک مشاور (یا حتی مربی در سطوح بالاتر) پیشنهاد استخدام می دهند. این مورد می تواند هم برای شما و هم برای آنها خیلی مفید تر باشد، اگر شرکتی خصوصی (شرکتی با مدیر عاملی خود)، LLC یا S-Corps ایجاد کنید، شما دیگر به عنوان یک کارمند در خدمت کار ساده و معمولی نیستید. بسیاری از این ساختارهای تجاری همچنین می توانند هم بدهی های مالیاتی خود را محدود کنند و بدهی های شخصی شما را، که یاید دید این کار درست است یا نه ؟؟؟!!.

برخی از خطراتی با راه اندازی سازمان UX خودتان با آنها ممکن است روبرو شوید، عبارتند از :

نداشتن درآمد تضمینی : حتی مشاغل قراردادی با دستمزد مشخص شده، که با برخی از مزایا بدست آیند و برخی از چک های پرداخت دستمزد (چک های تضمینی) که مطمئن هستند هفته به هفته به دست می آید. پس با این اوصاف ، سازمان خود را بدون هیچ تضمینی شروع می کنید.

عدم تضمین رشد و پیشرفت : بازارهای محلی هم غالباً غیر قابل پیش بینی هستند ، و این یعنی، ممکن است چندین مشتری بزرگ و خوب را بدست بیاورید ولی بعد آنها را به سمت شرکت های بزرگتر و قوی تر سوق دهید.

عدم دسترسی به مزایا و منفعت ها ، مثل بیمه های درمانی: بسیاری از کارآفرینان خود را در معرض تهدید بسیاری از نیازهای شخصی خود برای تغذیه و خوراک استارتاپ خود قرار می دهند ، یعنی هر چه دارند برای استارتاپشان خرج می کنند که اینکار می تواند شامل موارد مهمی مانند مزایای سلامتی خوب (بیمه درمانی) باشد. این مورد برای کار در سازمان ها پرداخت می شود، یعنی برای کارمندان آنها بیمه سلامت درمانی پرداخت می شود، به ویژه اگر مایل باشند تا حقوق یا مزایایی برای شما در حد کم یا بدون هزینه تهیه و یا پرداخت کنند .

توسط uxbook ، مهارت های UX را یاد بگیرید !

بیرون بیاید و خودتان را (به عنوان یک فرد UX کار) باز سازی کنید

اینکه آیا می خواهید بصورت پاره وقت یا تمام وقت کار کنید و یا حتی شرکت شخصی خودتان را داشته باشید، فرقی نمی کند به هر حال UX میدان و زمینه ای مهیج با احتمالات زیاد است ، و به تنهایی در حال گسترش و پیشرفت می باشد .



در هر صنعتی کسانی هستند که به طور ناگهانی متوجه می شوند در سازمان خود به اشخاصی نیاز دارند که بتوانند تجربیات مختلفی را برای کاربران مختلف (شناسایی) و ایجاد کنند، نمونه های اولیه و پروتوتایپ های ارزان و سریع را تولید کنند و مشکلات انسانی را حل کنند .

همانطور که اکثر درخواست های شغلی که در حال حاضر زیاد ارائه می شود، تنها چیزی که شما را به یک طراح تجربه کاربری حرفه ای تبدیل می کند ، نبوغ و قدرت خلاقیت خود شماست. اگر عطشی تند برای کمک کردن به ساخت تولیدات و محصولات دیجیتالی دارید ، از جایی که هستید بیرون بزنید و موقعیت و شرایطی که می توانید هر روز در آن هیجان زده شوید یا دیگران را هیجان زده کنید را بدست بیاورید .

فصل پنجم :

۱۰ طراح حرفه ای که مشاوره و توصیه های واقعا دقیق و حرفه ای ارائه می کنند

با همکاری **Springboard** ، تیم **UXPin** با ۱۱ طراح پر کار و حرفه ای و با سابقه ، مصاحبه ای انجام داده است که از آنها پرسیده ایم که چه چیزی برای شما الهام بخش است و همچنین به سایر شاغلین در این حرفه ، توصیه ها و مشاوره هایی اگر دارند ارائه کنند .

دیدگاه های آنها را در بخش های زیر می توانید بخوانید : (با کلیک روی اسم آنها به صفحات توییتر یا وبلاگ هایشان بروید.)

Paul Boag



پائول بیش از دو دهه با وب سر و کله زده و یکی از بنیانگذاران آژانس طراحی وب **Headscape** است (**Nestle** ، **Macmillan** و چندین دانشگاه انگلیس را به عنوان مشتریان خود در کارنامه به ثبت رسانده است). او همچنین نویسنده و سخنران پرکار و توانایی است .

۱) طراحی الهام بخش :

نمونه مورد علاقه من ، طراحی **نقشه اصلی زیر زمین لندن** است .

چه چیزی باعث این پیشگامی شده بود که این کنوانسیون ها و قرارداد ها شکسته شود. این قرارداد واقع بینانه نشان دادن فاصله و مکان را می توان رد کرد. با کنار گذاشتن این محدودیت ها، آنها توانستند نمای ساده ای از یک شبکه پیچیده را ایجاد کنند . برای من این همان چیزی است که هر طراحی خوب، باید داشته باشد - پیچیده شدن و نگاه کردن به آن از یک زاویه متفاوت برای ساده سازی آن.



۲) توصیه و مشاوره شغلی :

حقیقتاً، نمی خواهیم به آدم های جوان تر از خود نصیحتی کنم یا مشاوره بدهم ،چون می دانم که خودم تمایلی به گوش دادن آن ندارم.(خودم هم بودم گوش نمی دادم . مترجم)

حتی اگر من گوش هم می دادم ،نمی توانستم به همان اندازه که این چیز هایی را که خودم کشف می کنم یا کرده ام ، چیزهای با اهمیتی را بدست آورم. بهترین روش یادگیری هر چیزی ،اشتباه کردن است .پس نمی خواهم با این نصیحت ها جوانی خودم و بقیه را خراب کنم و فرصت های دیگر را رد کنم . همانطور که چرچیل یک بار گفت : "موفقیت از شکست به شکست میرسد بدون از دست رفتن شور و شوق ".

اشتباه کنید و زمانی که شکست خوردید ، بلند شوید و دوباره تلاش و امتحان کنید.

Eva Kaniasty

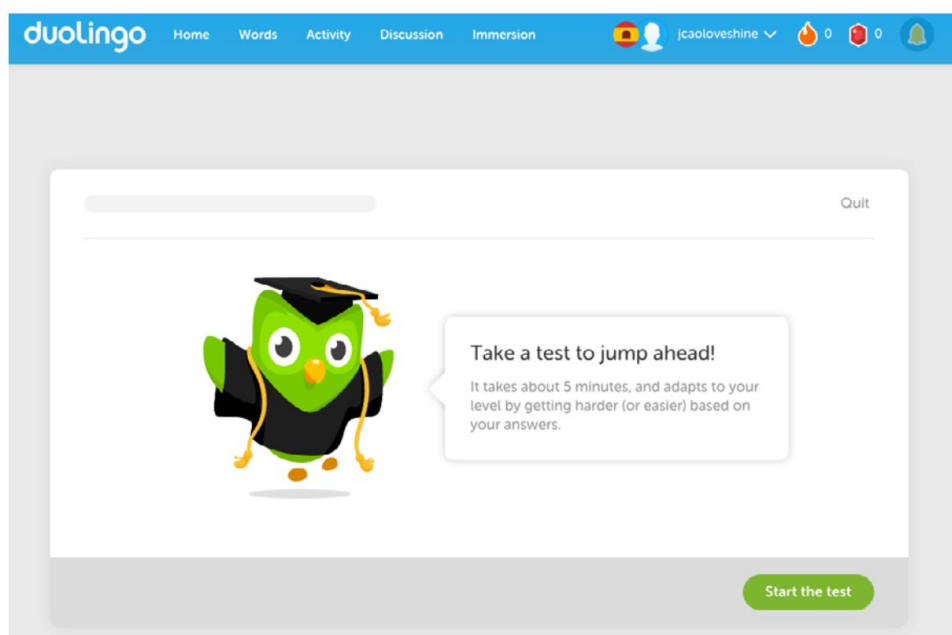


اوا، شرکت خود را (Red Pill UX) در شهر بوستن، که در رویداد های منظم UXPA هست، راه اندازی کرد.

(۱) طراحی الهام بخش :

اخیرا یک پلتفرم یادگیری زبان که به صورت آنلاین کار می کند را به نام Duolingo پیدا کردم .

من به دلایل زیادی به UX علاقه دارم . یکی از همین دلایل این است که ، این رابط بسیار ساده ایست که سرگرم کننده و انگیزش بخش است . تعداد زیادی از برنامه ها و اپلیکیشن ها در تلاشند تا گیمیفیکیشن یا اجتماع و جامعه را با هم ترکیب کنند، تنها بخاطر اینکه چیز جالبی برای انجام دادن کاری باشد، و احساس راحتی و آرامش پس از تفکر را دارد. Duolingo کار بسیار خوبی در استفاده از عناصر بازی و تغییرات در درس برای درگیر نگه داشتن کاربران انجام داده است.



همچنین من بخش غرق شدن در زبان، آنجایی که دیگران در ترجمه همکاری می کنند را خیلی دوست دارم. یادآوری و تکرار قسمت های ذاتی و درونی آموزش زبان هستند که می توانند بسیار خسته کننده باشند ، و واضح است که افراد در Duolingo به طور خیلی متفکرانه ای برای کاهش این چالش در تلاش بودند یا به عبارت دیگر در تلاش برای کاهش این چالش بسیار فکر کرده بودند.

اغلب وقت ها احساس می کنم که به تکه زمینی کوچک از یک سرزمین وسیع که در آن استفاده کنندگانی که از نوآوری اپلیکیشن هایی که مورد علاقه هستند رسیده ایم. بنابراین این فرصتی خیلی بکر و عالیست که چیزهایی که تازه و قابل کشف اند را خوب ببینیم.(وارد قسمت های بیشتری از این سرزمین شویم)

۲) توصیه های حرفه ای و شغلی :

این مساله را درک کنید که در یک شغل و حرفه مشارکتی(میان رشته ای) مثل UX، آدم ها از مهارت ها خیلی بیشتر اهمیت دارند.اگر توانایی و استعداد برای تحقیق یا طراحی دارید ، می توانید به راحتی و در زمان مناسب مهارت های لازم را بدست بیاورید، اما داشتن و یا نداشتن ارتباطات درست و خوب می تواند باعث موفقیت یا شکست در زمینه شغلی شما بشود.

زمانی که شغل اولیه خودم را به فناوری های پیشرفته تبدیل کردم ، تعداد خیلی کمی از آدم هایی را می شناختم که همان کار من را انجام می دادند. وقتی دوباره به مدرسه/کالج برای عوامل انسانی(Human Factors) در دانشگاه بنتلی بازگشتم، برای من مثل دنیایی کاملاً جدید بود. البته ،قسمت بزرگ و اعظم آن برای یادگیری بود، اما شبکه ای از مردم که من دیده بودم ، به اندازه یادگیری و تمرین و پیشرفته ارزشمند بود.

امروز من در این اجتماع و دورهمی ها از طریق چپترهای محلی خودم از انجمن متخصصان UX مشغول به کار هستم، و این جامعه هم اکنون مهمتر از این است که من بصورت مستقل کار مشاوره را انجام می دهم. بنابراین با هر تعداد آدم های بیشتری که می توانید ملاقات کنید و در مورد مساله های مختلف UX و موارد مرتبط با آن صحبت کنید و از آنها مشاوره های مختلفی بگیرید .

Mike Kus



با طراحی گرافیک شروع کرده و بعد به طراحی وب روی آورده است ، مایک با شرکت هایی نظیر توییتر، مایکروسافت و میل چیپ ، در زمینه ایجاد تجربیات کاربری خلاقانه و مهم کار کرده است .

(۱) طراحی الهام بخش :

Hipopotam Studio . من عاشق این سایت و طراحی آن هستم ، چون بسیار خلاق و سرگرم کننده است.



(۲) توصیه و مشاوره شغلی :

یاد بگیرید که ترند ها و تمایلات و روند ها و گرایشات UI را از چهارچوب ها و قرارداد های عملی / کاربردی مفید طراحی UI جدا کنید. فقط چون یک گرایش و ترند بطور گسترده در حال استفاده هست ، لزوما به این معنی نیست که بهترین روش طراحی محسوب شود .

Jack Zerby

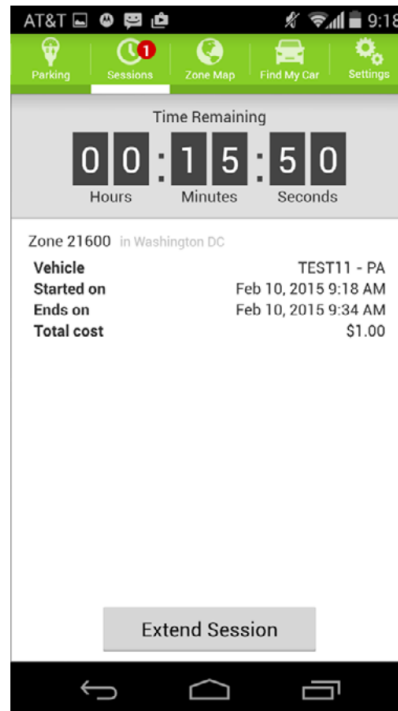


جک شریک و هم بنیانگذار [Flavors.me](#) و [Goodsi](#) ، و مدیریت اسبق طراحی در [Vimeo](#) را در کارنامه خود دارد. جک می گوید که اولین بار طراحی را با فوتوشاپ فهمید و آن را زمانی که در دبیرستان بود ، شروع کرد و پدرش را یکی از تاثیر گذاران در این مسیر می داند .

او در برنامه [Workshop](#) - که یک برنامه آموزشی کارآفرینی بدون مزاحمت برای جوانان بزرگسالان هست ، سخنرانی می کند .

(۱) طراحی الهام بخش :

تجربه مورد علاقه من از محصولی که به تازگی داشتم ، استفاده از برنامه موبایلی [Park-Mobile](#) در اطراف شهر بود. بجای اینکه برای پیدا کردن جای پارک و محله ها ، رفتن به اغذیه فروشی ها ، تنها کافیست که پارکومتر را انتخاب و پرداخت کنم، بصورتی که الان من می توانم تنها یک عدد موجود را وارد کنم، مدت زمان مورد نظرم را وارد کنم و مبلغ و هزینه مشخص شده را پرداخت کنم. هنگامی که زمان من به پایان می رسد، به من پیامی متنی داده می شود، و من می توانم در صورت نیاز مبلغ هزینه بیشتری را به آن اضافه کنم.



برنامه ای راحت و بدون دردسر و زحمت .

(۲) توصیه ها و مشاوره شغلی :

همیشه نتیجه و مضمون نهایی را برای کاربر/ مشتری در نظر بگیرید. چه چیزی و در چه مضمون و زمینه ای لازم است تا آنها انجام دهند ؟

مثلا من سعی می کنم که روی ماشینم نگه دارنده دوچرخه نصب کنم و در آن موقع وب سایت سازنده آن را می بینم. هدف نصب موفقیت آمیز نگهدارنده بروی ماشین است و اینکه هر چه سریعتر راه بیافتم. مضمون کار من این هست که، من در حال ایستادن در کنار ماشینم زیر آفتابی داغ به همراه بچه هایم که در حال گریه کردند ایستاده ام چون آنها می خواهند همین الان به پارک بروند .

در ذهن با این پارامترها شروع به طراحی کنید.(طرحی را با این پارامترها در ذهن داشته باشید). کاربر خود را بشناسید. درست شبیه بازاریابی موفقیت آمیز، درد و رنج و ناامیدی و مشکلات آنها را شناسایی کنید. و از زبان خودشان برای ارتباط برقرار کردن استفاده کنید.

Laura Klein



لورا بیش تر از ۱۵ سال است که به عنوان مهندس و طراحی عمر خود را در سیلیکون ولی گذرانده است. هدف او کمک به استارتاپ هاست تا در مورد مشتریان چیزهایی که لازم است را یادگیری بگیرند تا بتوانند محصولات بهتری را سریعتر بسازند. **کتاب** او و بلاگ طراحی محبوبش ، با نام "**Users Know**" به صاحبان محصول آنچه را که لازم است تا برای تحقیق و توسعه بدانند به آنها آموزش می دهد.

(۱) طراحی الهام بخش :

"ما فقط متوجه طراحی هایی هستیم که آزارمان می دهد." من فکر میکنم که این عبارت به نوعی بد و بیراه به گفتن یا نفرین کردن طراحان **UX** باشد. یا شاید هم فقط من اینطوری هستم. من همیشه با هر طرحی که خیلی ساده هست و به طوری که خودم متوجه آن نشوم و به درون زندگی من بطور یکپارچه و کامل وارد شده باشد عشق می کنم .

(۲) مشاوره شغلی:

دو تا منتور برای خود داشته باشید.

نفر اول باید کسی باشد که در حوزه ای که علاقه دارید یا مورد توجه شماست، قدیمی تر و دارای نفوذ بیشتری باشد. آنها با دادن چشم انداز به شما کمک خواهند کرد و به شما انواع مهارت هایی که لازم است در هنگام استخدام نزد اشخاصی مثل خود او داشته باشید را آموزش خواهد داد.

مربی دوم هم باید کسی باشد که حداقل یکی / دو سالی از شما سابقه دار تر و بزرگتر باشد. او آنچه را که واقعا لازم است برای انجام کاری که احتمالا قرار است بعد ها بدست آورید به شما خواهند گفت. من نمی دانم در زندگی، برای کسی که فقط روز خودش را با تکنولوژی شروع می کند چه چیزی پسندیده و دوست داشتنی هست ، اما کسی که تنها چند سال است این کار را انجام می دهد دیدگاه و بینش واقعا خوبی نسبت به این موضوع دارد .

بنابراین بگردید و دونفر را پیدا کنید : یک نفر برای کمک برای بدست آوردن کارهای بعدی خود و یک نفر هم برای کمک به انجام کار بعدیتان .

Joshua Garity



عنوان شغلی جاشوا، روانشناس طراحی و استراتژیست برند توصیف شده است . او با کمپانی هایی نظیر وندی (Wendy's) و نیویورک تایمز برای کمک به ارتباط با مشتریانشان و افزایش درآمد آنها کار کرده است. به چیزهایی که در **بلاگ** ، **تونیت** و **Candorem** ، شرکتی که او راه انداخته است ، مطرح می کند گوش کنید.

(۱) طراحی الهام بخش :

تجربه کاربری ما و زندگیمان را محاصره کرده است و خیلی فراتر از فهم و درک در دنیای وب و دیجیتال گسترش یافته است. تجربه کاربری به عنوان برچسب و علامت ، باید از طریق عمیق شدن و دیدگاه مضمونی و محتوایی در تعاملات طراحی شوند ، در مقابل در رسانه واقعی یا پلتفرمها دیده شود.

به عنوان مثال ، بیایید نگاهی به اتومبیل ها داشته باشیم :

فرض ما بر این است که بیشتر زمانی که ما در وسیله خود صرف می کنیم که در حال رانندگی با آنها هستیم. زمانی که داریم با حق تقدم رانندگی می کنیم، که البته امیدوارم اینطور باشد، به طور کامل تمرکز ما بروی جاده ای که در مقابل ماست خواهد بود. زیر تابلو محدودیت سرعت می ایستیم. بعد دیگر وسیله ها، عابرپاده ها، یا حیوانات را تماشا می کنیم. اما ناگهان یک رادیو و ترموستات معرفی می شود. نگاه کردن به خارج از جاده حتی برای کسری از ثانیه هم می تواند زحمت و مشکلات خیلی زیادی برای هرکسی که در جاده است به وجود آورد. پس چرا تولید کنندگان خودرو وقتی که کنسول مرکزی را طراحی می کنند، این موارد را در نظر نمی گیرند. بیشتر گزینه ها، دکمه ها، شماره گیرها، و حتی صفحه های لمسی تغییر درجه دما یا دستگاه رادیویی بیش از حد قوی یا زمخت هستند.

اگر تجربه کاربری در مورد مضمون خود تعامل باشد، پس لازم است که نگاه کنیم و دقت به خرج دهیم تا بفهمیم که چطور می توانیم این تجربه ها را ساده کنیم تا تمرکز اصلی کاربر تحت تاثیر عوامل منفی قرار نگیرد.

یک طراحی عالی کاربر را بدون نیاز به فکر کردن بسیار راهنمایی می کند. "بدانید که اشتباهات کشنده هستند".

۲) مشاوره شغلی :

بی رحم باشید. همیشه تا می توانید حاضر باشید و در همه جا حضو داشته باشید. اجازه ندهید که یک برچسب و اسم شما و یا آنچه را که شما در زندگی به دنبال انجام دادن آن هستید، را تعریف و تشریح کند. به هرکس و هرچیزی برای جواب های خود نگاه کنید و سراغشان بروید حتی زمانی که به نظر نمی رسد به سوالاتی که در دست دارید و قصد دارید از آنها بپرسید پاسخ دهند. شما می توانید (و باید) هرکس و هرچیزی که می خواهید باشید.

Lis Hubert



لیس با شرکت های بزرگ و کوچک زیادی - برای ساخت محصولات تکنولوژیکی - کار کرده است که توانسته زندگی مردم را به نحو معنی داری تغییر دهد. او همچنین به عنوان یک عضو هیئت مشورتی برای رویدادهای **بینش های آینده** عمل می کند.

(۱) طراحی الهام بخش :

یکی از بزرگترین الهام بخش های من اخیرا طراحی فضای عمومی در شهرهای بزرگ مانند شهر نیویورک است که در آن زندگی می کنم .

من نمی توانم کمکی کنم اما نه تنها متوجه شدم که فضاهای بزرگی شبیه پارک مرکزی چطور طراحی شده اند ، بلکه فهمیدم که چطور فضاهای کوچک راحت و مناسب برای عموم در هرکجایی که نگاه می کنم قابل دسترس و موجود هستند . همچنین خودرا غرق در تماشای مردمی که از پارکها استفاده می کنند یا در میادین هستند یا در دادگاهها حضور دارند میابم .

دلیل اینکه من به این اکوسیستم برای الهام گرفتن نگاه میکنم این است : چون به منظور ساخت و ایجاد این فضاهای موفق ، یک نفر باید برای تجربه چنین گروهی بزرگ و متنوعی از افراد برای لذت بردن از آنچه که می تواند ، چنین فضایی شگرف و شلوغ باشد، را طراحی کند.



منظور من از این حرف ها در واقع نشان دادن هدف کار معماری برای تجربه های کاربران است، به آنها اجازه دهید تا جریان سازی کنند و بگردند و ببینید که چطور تصمیم می گیرند ، از طریق یک فضا، برای نتیجه از قبل تعیین شده ای که هم برای کاربر خوشایند است و هم به همان اندازه برای صاحب محصول یا طراح ، چگونه عمل می کنند .

۲) مشاوره شغلی :

برای شروع کمی خونسرد باشید .

یک بحث مهم در مورد تخصص و رشته ما هست این است که ما اهمیت کار خود را می دانیم و می خواهیم دیگران هم اهمیت آن را بفهمند. بنابراین ، ما بار ها خودمان را در حالی می بینیم که داریم با چنگ و دندان می جنگیم تا این پیام را به آنها برسانیم .

البته این موضوع ، باعث خستگی و تحلیل نیرو می شود . چیزی که من متوجه شدم این است که مبارزه و جنگ و جدل کردن برای رسوخ و نفوذ دانش خودم بر روی آنهایی که بیرون از رشته و تخصص ما هستند، خیلی سخت هست. همچنین یادگرفتم که اگر کسب و کاری ، یا تیم تکنولوژیکی یا کسی که به آنچه که من در سطح عمیق تر و حرفه ای تری انجام می دهم رسیده باشند ، واقعا مهم نیست.

تمام چیزی که مهم است ، این است که شما در مورد آنچه که می توانید کنترل کنید پر شور و با احساس هستید ، و برای انجام آنچه که مسئولش هستید (و در صورت لزوم خیلی بیشتر از آن) تلاش کنید و ببینید که شور و اشتیاق به زندگی بر می گردد ، و از این مسیری که می روید لذت می برید .

Matt Hamm



"مت هم" بنیانگذار و شریک تجاری استدیو **Supereight** در بریتانیاست و از سال ۱۹۹۸ روی پلتفرم وب طراحی می کند. شما می توانید کارهایش را در وب سایت شخصی وی دنبال کنید و یا چیز هایی که در **توییتش** می نویسد را بخوانید.

(۱) طراحی الهام بخش :

Dropbox به برای حکومت کردن به **UX** ادامه می دهد- آن اپلیکیشن بسیار ساده و کاملاً بدون نقص و یکپارچه است. طراحی یک UX خوب باید بصورت نامرئی ظاهر شود. **Dropbox** من را با تجربه ای درونی روبرو کرد و بر من تاثیر گذاشت. توجه به جزئیات، و تفکری متفاوت بجای کپی کردن الگوهایی برای ایجاد آنها بطور کاملاً حسی و بصری از ویژگی های طراحی آن است .

(۲) مشاوره شغلی :

همه چیز را مستند کنید .

داشتن منابع و مراجع وسیع از طراحی UX که برای جستجو خوب مرتب و منظم شده ، به طریقی به شما کمک می کند تا بهتر و زودتر یاد بگیرید و همچنین راه حل هایی خلاق برای مشکلات پیدا کنید همانطور که منابع خود را ساخته اید. به یاد داشته باشید که تجارب واقعی در دنیای مجازی نیز وجود دارد، این الگوها هم می توانند منبع خوبی باشند .

Pavel Macek



پائول در حال حاضر تیم طراحی را برای Screenhero هدایت و رهبری می کند. او می گوید که در مورد مردم مراقب است یعنی به آدم ها توجه زیادی می کند، کاری که به شغلش مربوط می شود. -- طراحی و ساخت چیزهای لذت بخشی که می توان از آنها لذت برد. می توانید **توییتر** او را دنبال کنید.

(۱) طراحی الهام بخش :

برای خود من ، نمونه خیلی جالب و عالی از طراحی خوب در UX تکنیکی که در صفحه گردان مثل **گرامافون** (دستگاه دی جی مثل مدل SL-۱۲۰۰ است ، که به مدت ۳۵ سال بدون اصلاح و تغییر عمده ای هنوز هم به فروش می رسد. هنوز هم محبوبترین پخش میان دی جی ها، تولیدکنندگان و نوازندگان و تنظیم کنندگان موسیقی است.



این طراحی در بهترین حالت اهمیت ، عملکرد ، پیوند و اتصال طراحی متفکرانه با اجرای دقیق را نشان می دهد. من فکر می کنم که تضمین بهترین اجرای ممکن خیلی وقت ها فراموش کردن بخشی از مسئولیت طراح UX است، اما در نهایت موفقیت محصول را تعریف می کند .

(۲) مشاوره شغلی :

هیچ وقت ، همه الگوها و متد ها و روش های طراحی را از دست ندهید. این مساله خیلی مهم است که چهارچوب های طراحی را یاد بگیریم و فرایند طراحی محکم و جدی داشته باشیم ، اما همیشه بسیار ساده شروع کنید : چه کسی این را طراحی می کند؟ برای انجامش او به چه چیزی نیاز دارد یا لازم است چه کاری انجام دهد؟ چطور میتوان به او برای رسیدن به هدف یاری رساند ؟ این تنها مزیت تکرار است و شما یاد می گیرید چه چیزی کار می کند و چه چیزی نه .

Robert Fabricant



رابرت در طراحی محصولات و خدمات مراقبت های بهداشتی و نوآوری اجتماعی تخصص دارد. او اخیرا پروژه Masiluleke ، ابتکاری که قدرت تکنولوژی موبایل را برای مبارزه با ایدز (HIV/AIDS) را در آفریقای جنوبی کنترل می کرد، رهبری کرده است . او قبلا هم جایگاه های مشابه ای در آژانس معتبر طراحی به نام frog design داشته است و همچنین در زمینه تجربه کاربری تدریس می کند ، می نویسد و گفتگو می کند .

(۱) طراحی الهام بخش :

من همیشه توسط **سیستم مترو نیویورک** ، به عنوان یک مورد از تجربه کاربری چند و جهی و شگفت انگیز به طور پیوسته الهام گرفته ام ، برانگیخته شده و به چالش کشیده شده ام.

من حداقل ۴۵ سال است که مترو سوار هستم. شما تا زمانی که با چیزی زندگی نکرده باشید و در طول یک دوره طولانی با آن سر نکرده باشید نمی توانید ارزش تجربه ای که با آن بدست می آید را درک کنید یا بفهمید.

خیلی از تجربه های کاربری که ما با آنها لذت می بریم ، برای ما مثل جشن می مانند زود گذر هستند. (اپلیکیشن هایی که احتمالا در موبایل ما در ماه های دیگر خیلی کمتر از قبل خواهند بود) . مترو و راه های زیرزمینی در اینجا یعنی ماندن ، و پیشرفت ها و تکامل پیکسل ها یعنی مردم و فولاد ها . این نوع طراحی آهسته و کار سختی است.



با این حال تغییر کردن یک مساله همیشه ثابت است . به عنوان یک شهروند نیویورکی ، سیستم های خیلی کمتری از مترو برای "یادگیری "وجود دارد. اما تجربه ها از کجا شروع و در کجا تمام می شوند؟ این مساله به این سادگی در ایستگاهها ، قطار ها و ورودی فرودگاه ها نیستند .

در سال های اخیر، سیستم مترو پلتفرمی برای آزمایش شده است ، هم اجاره دهی هم به صورت مستقیم استفاده کردن از آن . اخیرا هم ، صفحه نمایش های بزرگ لمسی اطلاعات در پلتفرمی مربعی شکل شروع به ظاهر شدن می کنند. اینکه می توان آدم ها را در حال تعامل با آنها دید جذاب و محیر کننده است. لایه برداری از لایه ای دیگر از روی تجربه ای که خیلی از ما را به هم دیگر متصل می کند (بله این است شهر من).

به عنوان یک طراح UX ما باید فکر کنیم و تجربه هایی در مقیاس بزرگتر بسازیم. چیزی بزرگتر از یک شهر، جایی که داده ها و تحرکات به زیبایی در هم تنیده می شوند و جایی که می توانیم به طور پایدار بین تجربه های خود و کسانی که در اطراف ما هستند اکتشاف و جستجو کنیم و لذت ببریم.

(۲) مشاوره شغلی :

من دوست دارم با طراحان در مورد اولین لحظه ای که طراحی خود را جلوی یک نفر برای کشف ، تجربه و (به طور امیدوارانه ای) لذت بردن از آن ارائه می کنند ، صحبت کنم.

در آن لحظه ، حتی قبل از اینکه شخص واقعا با چیز های مصنوعی ارتباط برقرار کند ، شما همیشه آن را متفاوت می بینید . این همانند عبارت قدیمی در مورد "مقیاس هایی است که از چشم شما می افتد" است. شما به طور کاملا اتفاقی خیلی از مواردی را که تنها خارج از درک و دانسته و برنامه ریزی و بصیرت شما بودند را می بینید و می شنوید.

این لحظات خیلی گران بها هستند، خیلی خیلی گران بها و همچنین برای همه طراحان، هرچیزی که انجام می شود، هوس انگیز است . طراحی در مقابل آنقدر هم ارزشمند نیست ، پس برای ایجاد تعداد بیشتری از این لحظه ها، که ممکن است در پروژه شما اتفاق بیافتد تلاش کنید. لازم نیست که برای انجام آن اجازه بخواهید.

کارکردن به مدت ۱۳ سال در آژانس frog، برای من از اینکه بیشتر در این موقعیت ها قرار بگیرم و بیشتر با تیم های مختلف دوباره کار کنم – به صورت تنگاتنگ و درگیر شدن از نزدیک با انواع طراحی ها – هم خوشحال کننده و هم لذت بخش بود.

کیفیت همیشگی است ، و تنها ، در گرفتن بازخورد ها (چگونگی تعاملات ، لذت و پشتیبانی از کاربر) و جواب دهی به کاربران قابل اندازه گیری هستند .

رفتار ما رسانه ماست . هیچ وقت فراموشش نکن .

منابع اضافی

برای غنی تر شدن ذهن یادگیرنده و جستجو گرتان ، شما را با برخی از منابعی که علاقه دارم تنها میگذارم تا خودتان به دنبال آن بروید.

UX Apprentice : دوره های رایگان و موارد آموزشی برای کسانی که به دنبال یادگیری موارد اصولی هستند .

UI Patterns : یکی از سایت هایی که بیشترین الگو های و کتابخانه های طراحی را روی وب را داراست. مثل : "گروه بندی ها، نمونه ها و تشریحاتی از مواردی که به ندرت استفاده شده اند و بی رقیب هستند."

UX Mastery : وب سایتی که توسط Matthew Magain ، محقق و طراح راه اندازی شده است .

General Assembly : کارگاه های آموزشی و برنامه های همه جانبه آنها کلید UX مدیریت می شود و شامل بسیاری از راهنمایی های عمیق و منابع غنی و سود مند است. های میانبر مناسب را به جهان UX ارائه می دهند.

The Hipper Element : یک کتابخانه با ۳۱ درس روزانه در سطح ابتدایی در زمینه طراحی UX که دارای شهرتی خوب است. (همچنین از نویسنده این وبلاگ آقای جویل مارش کتاب "طراحی تجربه کاربری برای مبتدیان" ترجمه شده است که توسط این [لینک](#) می توانید از طریق وب سایت uxbook.org کتاب را تهیه کنید .)

LukeW مدیر فروش در گوگل، لوک وروبلوکی یکی از کارشناسان برتر UX در جهان است . سایت او خلاصه ای از کنفرانس های است که، شامل بسیاری از قسمت های "چطور و چگونه..." است و ویژگی های بسیاری از مشاوره جامع برای طراحی UX دارد.

UXMyths : فهرستی از اشتباهاتی که در مورد طراحی تجربه کاربری اتفاق می افتد. مشهور به اشتباهات افسانه ای UX

A List Apart : لیستی که در کنار آن ویژگی های برخی از قسمت های تامل برانگیز در طراحی تجربیات وب را داراست . و همیشه ارزش خواندن را دارد.

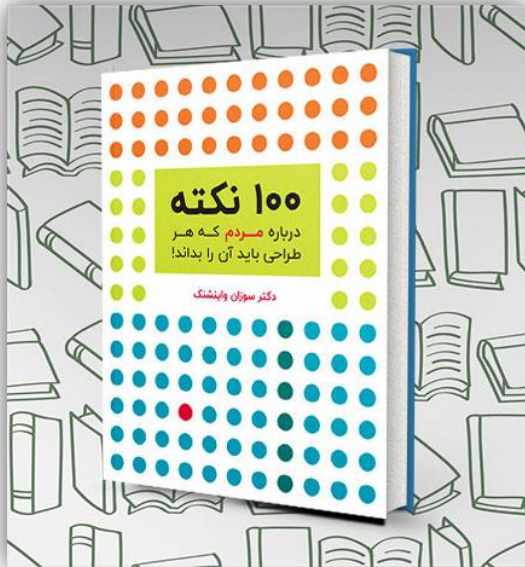
و لیستی از چند وب سایت و وبلاگ که کتابچه ها و مقاله هایی مرتبط با تجربه کاربری ارائه می کنند :

- Smashing Magazine
- UXPin's free eBook Library
- UXPin Blog
- ZURB Blog
- Boxes and Arrows
- uxbook

و مطمئناً دنبال کسانی هستید که بتوانید در این زمینه آنها را دنبال کنید چه در توئیتر چه در وبلاگ ها و وبسایت ها :

- Jared Spool
- Dan Willis
- Laura Klein
- Steve Portigal
- Karen McGrane
- Lou Rosenfeld
- Dana Chisnell
- Irene Au
- Dan Brown
- Christina Wodtke
- Jeff Sauro
- Paul Boag
- Jeff Gothelf
- hossain ahmadlu
- Saman Vahdat

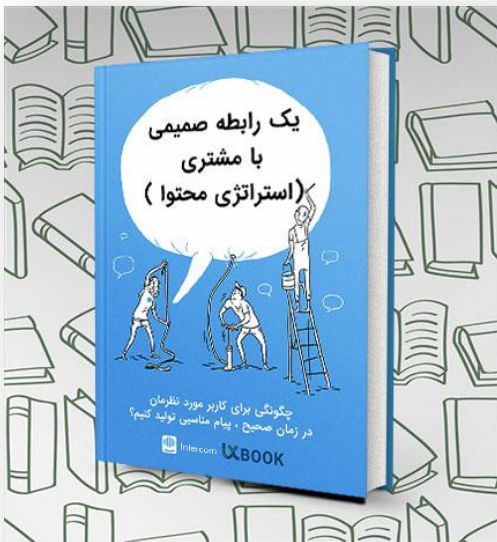
معرفی کتاب خانه UxBook



۱۰۰ نکته که هر طراح باید در باره افراد بداند



طراحی تجربه کاربری برای مبتدیان



یک رابطه صمیمی با مشتری (استراتژی محتوا)



بهترین روش ها و شیوه های فرآیند طراحی UX

جامع متخصصین طراحی تجربه کاربری



تیم uxbook، کتاب خانه تجربه کاربری برای فارسی زبانان همواره در تلاش است تا با جذب نیروهای با استعداد و با انگیزه علم تجربه کاربری را هر چه بهتر و بیشتر در کشور عزیزمان ایران توسعه و ترویج بدهد.

تیم ما در uxbook در سه زمینه فعالیت می کند :

- ترجمه و ارائه کتاب
- ترجمه و تولید ویدئو های آموزشی
- Uxd برای محصولات (انجام پروژه های تجربه کاربری)

در حال حاضر بخش “ترجمه و ارائه کتاب” با همکاری و حضور تیم خوب uxbook تشکیل شده است . و دو بخش دیگر در دست اقدام می باشد . همکاری با ما در دو شکل می تواند صورت بپذیرد :

۱. حمایت از uxbook و معرفی مرجع کتاب های فارسی تجربه کاربری
۲. حضور در گروه uxbook در جهت یادگیری و تولید محتوا

لازم به ذکر می باشد که تیم uxbook در کنار فعالیت های فرهنگی و تولید محتوای آموزشی در زمینه تجربه کاربری ، در برنامه های آینده خود تصمیم دارد که برای اعضاء فعال و همکار برنامه های کسب درآمد و پرسنال برندینگ در نظر بگیرد . ما مشتاق هستیم تا همکاری خود را با شما آغاز کنیم . جهت ارتباط با بخش روابط عمومی می توانید با شماره تماس: ۰۹۱۷۷۰۰۱۷۳۵ و یا لینک ارتباطی در **تلگرام** در تماس باشید.

uxbook در مسیر یادگیری تجربه کاربری همراه و مشوق شماست



کتاب دوست بسیار دوست داشتنی است و شما هم یک دوست خوب برای ما باشید. این کتاب را با دقت بخوانید و با دوستان و همکاران و دانشجویان دیگری که به تجربه کاربری علاقه دارند معرفی کنید و تجربیات خودتان را با ما در میان بگذارید.

حسین احمدلو

تهیه و ترجمه

@HossainAhmadloo

همچنین می توانید مطالب را در خصوص این کتابچه از طریق لینک زیر دریافت کنید .

