

۲۰۸۴۱۴۰

طراحی تجربه کاربری

برای مبتدیان

یک دوره کامل در ۱۰۰ درس کوتاه

جوانل مارش

تیم برنده UXboot



کتاب وارش

سرشناسه: مارش، جوئل Marsh, Joel

عنوان و نام پدیدآور: طراحی تجربه کاربری برای مبتدیان: یک دوره‌ی کامل در ۱۰۰ درس کوتاه/ نویسنده جوئل مارش؛ مترجمین حامد گلجان اکبری... [و دیگران].

مشخصات نشر: تهران: کتابخانه دانش، ۱۳۹۸.

مشخصات فیزیکی: ۱۰۰ ص.: مصور.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۶۶-۲۱-۸

وضعیت فهرست‌رسانی: بیا

یادداشت: مترجمین حامد گلجان اکبری، حسین احمدی نو، غلامرضا وحدت،

مهدی علیپورسرخاوی، محیا اسداللهی، دنا افتاده، فاطمه محمدی، فاطمه مسیبی.

یادداشت: عنوان اصلی: UX for beginners: a crash course in 100 short lessons

یادداشت: چاپ قبلی: غلامرضا وحدت، ۱۳۹۷ (ف.ب.)

موضوع: رابط نرم‌افزاری (Computer systems) User interfaces

موضوع: طراحی سیستم کاربرمدار User-centered system design

موضوع: وب‌گاه‌ها - طراحی Web sites - Design

شناسه افزوده: گل جان اکبری، حامد، ۱۳۶۵ - ، مترجم

رده‌بندی کنگره: Q4Y۶/۹

رده‌بندی دیویی: ۰۰۵/۴۳۷

شماره کتابشناسی ملی: ۵۸۶۰۰۷۸



کتاب وارش

طراحی تجربه کاربری

برای مبتدیان

یک دوره کامل در ۱۰۰ درس کوتاه

اثر: جونل مارش

ترجمه: UXbook

حامد نسیم اکبری، نسیم عمادلو، غلامرضا وحدت،
مهدی علیپورسقاوی، مهرداد دانا افتاده، فاطمه عجم، فاطمه مسیبی

ویراستار: محمدجواد خشناموند

صفحه را: چاپ اول

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: پریند گریا، الهام و سیمی ساز

شمارگان: ۱۱۰۰ نسخه

نوبت و سال چاپ: اول - ۱۳۹۸

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۶۵۴-۲۱-۸

قیمت: ۶۵۰۰۰۰ ریال



ناشر همکار و مرکز توزیع
کتابسرایی مهر دانش

تلفن: ۰۲۶۶۳۶۶۰۰ (تهران)
نمابر: ۰۲۶۶۹۱۹۶۸ (تهران)

تهران: خیابان انقلاب، خیابان شهرآرزی، پلاک ۱۱، طبقه اول، واحد ۱
پیش کوچه پاستوری، فرامانی، پلاک ۱۱، طبقه اول، واحد ۱

www.fimirdashti.com
info@fimirdashti.com
www.mehrdashti.ir
info@mehrdashti.ir

فهرست

مقدمه مترجمین ۱۳

مقدمه ۱۵

فصل اول: ایده‌های کلیدی ۲۳

درس ۱: تجربه کاربری چیست؟ ۲۴

درس ۲: پنج جزء از علم مازنده‌ی تجربه کاربری ۲۶

درس ۳: دیدگاه و چشم‌انداز شما ۳۰

درس ۴: سه سوال اساسی که کاربر ۳۳

درس ۵: راه‌حل‌ها در طول ایده ۳۶

درس ۶: هرم تأثیر تجربه کاربری (رشد و انباشت تجربه کاربری) ۳۸

فصل دوم: پیش از شروع ۳۹

درس ۷: اهداف کاربر و اهداف کسب‌وکار ۴۰

درس ۸: تجربه کاربری یک فرایند است ۴۲

درس ۹: جمع‌آوری نیازمندی‌ها ۴۴

درس ۱۰: جلب رضایت و موافقت عمومی ۴۶

فصل سوم: مبانی رفتاری ۴۹

درس ۱۱: مقایسه روان‌شناسی و فرهنگ ۵۰

درس ۱۲: روان‌شناسی کاربر چیست؟ ۵۳

درس ۱۳: تجربه چیست؟ ۵۵

درس ۱۴: تجربه‌های آگاهانه در مقابل تجربه‌های ناخودآگاه ۵۸

درس ۱۵: احساسات ۶۰

درس ۱۶: انگیزه‌ها چیستند؟ ۶۳

درس ۱۷: انگیزه‌ی شهوت و عشق ۶۷

- درس ۱۸: انگیزه‌ی وابستگی..... ۷۱
- درس ۱۹: انگیزه‌ی وضعیت (موقعیت‌ها)..... ۷۳
- درس ۲۰: انگیزه‌ی عدالت..... ۷۶
- درس ۲۱: انگیزه‌ی درک کردن (کنجکاوی)..... ۷۸

فصل چهارم: تحقیقات کاربری..... ۸۱

- درس ۲۲: تحقیقات کاربری چیست؟..... ۸۲
- درس ۲۳: تحقیقات کاربری شامل چه چیزهایی نمی‌شود؟..... ۸۵
- درس ۲۴: به چه تعداد کاربر نیازمندید؟..... ۸۷
- درس ۲۵: چگونه سؤال بپرسید؟..... ۸۹
- درس ۲۶: چگونه یک کاربر را نظاره کنید؟..... ۹۲
- درس ۲۷: مصاحبه..... ۹۴
- درس ۲۸: نظرسنجی..... ۹۶
- درس ۲۹: مرتب‌سازی داده‌ها..... ۹۸
- درس ۳۰: ایجاد پروفایل کاربری..... ۱۰۱
- درس ۳۱: دستگاه‌ها..... ۱۰۴

فصل پنجم: محدودیت‌های ذهن ما..... ۱۰۷

- درس ۳۲: درک مستقیم چیست؟..... ۱۰۸
- درس ۳۳: تعصب شناختی چیست؟..... ۱۱۰
- درس ۳۴: توهم انتخاب..... ۱۱۳
- درس ۳۵: توجه..... ۱۱۶
- درس ۳۶: حافظه..... ۱۱۹
- درس ۳۷: کاهش میزان اغراق آمیز بودن در طراحی..... ۱۲۲

فصل ششم: معماری اطلاعات..... ۱۲۵

- درس ۳۸: معماری اطلاعات (IA) چیست؟..... ۱۲۶
- درس ۳۹: داستان‌های کاربری..... ۱۲۹
- درس ۴۰: انواع معماری اطلاعات..... ۱۳۱
- درس ۴۱: صفحات ثابت و پویا..... ۱۳۴

- درس ۴۲: جریان چیست؟ ۱۳۷
- درس ۴۳: کاربران به عقب باز نمی‌گردند! ۱۳۹

فصل هفتم: طراحی رفتار ۱۴۲

- درس ۴۴: طراحی با قصد مشخص ۱۴۴
- درس ۴۵: پاداش و مجازات ۱۴۶
- درس ۴۶: شایسته‌سازی و عادت ۱۴۹
- درس ۴۷: بازی کاری ۱۵۴
- درس ۴۸: ساختار اجتماعی و ویروسی ۱۵۷
- درس ۴۹: چگونه اعتماد کاربران را جلب کنیم؟ ۱۶۰
- درس ۵۰: «تجربه» تجربه را تغییر می‌دهد؟ ۱۶۳

فصل هشتم: اصول طراحی بصری ۱۶۷

- درس ۵۱: وزن، تناسل بصری (کنتراست و اندازه) ۱۶۸
- درس ۵۲: رنگ ۱۷۱
- درس ۵۳: تکرار و شکستن الگوها ۱۷۴
- درس ۵۴: خطوط و لبه‌های بحرانی در طراحی ۱۷۷
- درس ۵۵: ترازبندی و نزدیکی ۱۸۰
- درس ۵۶: استفاده از حرکت در طراحی تجربه کاربری ۱۸۳

فصل نهم: وایرفریم‌ها و نمونه‌های اولیه ۱۸۷

- درس ۵۷: وایرفریم چیست؟ ۱۸۸
- درس ۵۸: یک وایرفریم چه چیزی نیست؟ ۱۹۰
- درس ۵۹: مهارت‌ها را یاد بگیرید نه ابزارها ۱۹۳
- درس ۶۰: از ساخت نمونه‌های راحت و مناسب اجتناب کنید ۱۹۵
- درس ۶۱: الگوی طراحی چیست؟ ۱۹۸
- درس ۶۲: الگوی Z، الگوی F، سلسله‌مراتب بصری ۱۹۹
- درس ۶۳: طرح‌بندی - چارچوب صفحه ۲۰۳
- درس ۶۴: طرح‌بندی - ساختار، تصاویر، عناوین ۲۰۶
- درس ۶۵: طرح‌بندی - محور تعامل ۲۰۹

درس ۶۶: فرم‌ها.....	۲۱۱
درس ۶۷: دکمه‌های اولیه و ثانویه.....	۲۱۵
درس ۶۸: طراحی تطبیقی و پاسخگو.....	۲۱۸
درس ۶۹: طراحی جدید یا طراحی مجدد؟.....	۲۲۰
درس ۷۰: استفاده از صفحه‌های لمسی در مقابل ماوس.....	۲۲۳

فصل دهم: روان‌شناسی کاربرپذیری..... ۲۲۷

درس ۷۱: کاربرپذیری واقعاً چیست؟.....	۲۲۸
درس ۷۲: ساد، آسان، سریع یا بهینه.....	۲۳۱
درس ۷۳: مرور کردن، جستجو، یا کشف کردن.....	۲۳۴
درس ۷۴: ثبات و انتظارات.....	۲۳۸
درس ۷۵: ضایع تجربه کاربری.....	۲۴۰
درس ۷۶: قابلیت دسترسی.....	۲۴۳

فصل یازدهم: محتوا..... ۲۴۷

درس ۷۷: کپی‌رایتینگ، تجربه کاربری در مقابل مدل تجاری کپی‌رایتینگ.....	۲۴۸
درس ۷۸: فرمول درخواست انجام دالیت کاربر.....	۲۵۱
درس ۷۹: دستورالعمل‌ها، برجسته‌ها و دکمه‌ها.....	۲۵۴
درس ۸۰: صفحه‌های ورود.....	۲۵۶
درس ۸۱: قابلیت خوانایی.....	۲۵۹
درس ۸۲: فرمول ترغیب کردن.....	۲۶۲
درس ۸۳: چگونه انگیزه‌ی به اشتراک‌گذاری را در افراد ایجاد کنیم؟.....	۲۶۵

فصل دوازدهم: لحظه‌ی روبه‌روشدن با حقیقت..... ۲۶۷

درس ۸۴: ارائه‌ی محصول، خودش یک آزمایش است!.....	۲۶۹
---	-----

فصل سیزدهم: داده‌ها و اطلاعات آماری برای طراحان..... ۲۷۳

درس ۸۵: آیا شما می‌توانید روح را اندازه‌گیری کنید؟.....	۲۷۴
درس ۸۶: تجزیه و تحلیل چیست؟.....	۲۷۶
درس ۸۷: انواع شکل‌های نمودارها.....	۲۷۹

- درس ۸۸: آمار و ارقام تعداد بازدید (جلسه) های کاربر در مقایسه با تعداد کاربران..... ۲۸۵
- درس ۸۹: آمار و ارقام کاربران جدید در مقایسه با کاربرانی که مجدداً به سایت باز می گردند..... ۲۸۷
- درس ۹۰: آمار و ارقام بازدید صفحه ها..... ۲۹۰
- درس ۹۱: آمار و ارقام زمان..... ۲۹۲
- درس ۹۲: نرخ پرش و نرخ خروج..... ۲۹۵
- درس ۹۳: احتمال وقوع تعامل..... ۲۹۷
- درس ۹۴: ساختار در مقابل انتخاب..... ۳۰۰
- درس ۹۵: آزمون A/B..... ۳۰۲
- درس ۹۶: آزمون چندمتغیری..... ۳۰۵
- درس ۹۷: گاه - اوقات تست A/B تنها راه برای درک موضوع است..... ۳۰۷

فصل چهارم: برای خود یک شغل پیدا کنید..... ۳۰۹

- درس ۹۸: یک طرفه تجربه کاربری تمام روز چه کاری را انجام می دهد؟..... ۳۱۰
- درس ۹۹: چه شغلی در زمینه اراج تجربه کاربری برای شما مناسب است؟..... ۳۱۲
- درس ۱۰۰: رزومه ی تجربه ی کاربری شما چه چیزی را در بر می گیرد؟..... ۳۱۷

همه‌ی ما در هر لحظه از زندگی و در هر جایی که باشیم در حال تجربه کردن و ساختن تجربه برای دیگران هستیم. در اینجا منظورمان از تجربه داشتن، سابقه‌ی کار و دانش فوق‌العاده نیست. تجربه، همان حس و برداشتی است که در انجام حتی ساده‌ترین اتفاق‌ها، تصمیم‌ها و امور روزانه به‌دست می‌آوریم. در واقع همه‌ی ما کاربران، مصرف‌کنندگان و مشتریانی هستیم که تجربه برایمان ساخته می‌شود اما چه کسانی این تجربه را برای ما می‌سازند و چه کسانی مسئولیت خوب بودن و یا تلخی یک تجربه را بر عهده دارند؟

در دنیای امروز با رشد کسب‌وکارهای آنلاین که ارتباط مستقیمی با تصمیم‌های آنی و سریع کاربران دارد، در واقع، کاربر و یا مشتری به قلب تپنده‌ی یک کسب‌وکار تبدیل شده است. در عرصه چگونگی و کیفیت ساختن این تجربه پررنگ‌تر شده تا جایی که صاحبان کسب‌وکار این موضوع را یکی از ابزارهای اصلی رسیدن به اهداف کسب‌وکار خود در نظر می‌گیرند. اما برای ساختن این تجربه خوب و هم‌راستا با اهداف کسب‌وکار، نیاز به داشتن دانش فراوان از نحوه ساختن این تجربه خوب و هم‌راستا با اهداف کسب‌وکار، نیاز به داشتن با اهداف کسب‌وکار، نحوه‌ی پیاده‌سازی فرایندها تا ایجاد یک تجربه‌ی رضایت‌بخش برای کاربران و بسیاری از امکانات دیگر داریم، خوشبختانه امروزه در دنیای مدرن برای کسب این دانش هزاران هزار منبع از جمله کتاب و مقاله و رسانه‌های جمعی ساخته شده است.

تیم UXbook با تکیه بر دانش و تجربه‌ی اعضای آن که همگی جزو پیشروان فعال در زمینه‌ی تجربه کاربری هستند، سعی در توسعه و رهیافتی منابع تجربه کاربری دارد تا بتواند گامی بزرگ در کمک به کسب‌وکارها برای ساخت تجربه بهتر برای مخاطبان‌شان بردارد. در این راستا اقداماتی نظیر ترجمه و انتشار کتاب، انتشار مقالات، ویدئو و پادکست بر اساس تجربیات متخصصان بومی، ترجمه و انتشار رسانه‌های جمعی، وبلاگ، برگزاری همایش و هر آنچه بتواند گامی مثبت در بهبود تجربه‌ی کاربران بردارد را بر بانه‌ی کار خود قرار داده است.