



ترندهای رایج UI/UX در ۲۰۲۲

ترندهایی که در سال ۲۰۲۲ در طراحی وب و موبایل حرف اول را می‌زنند!



مترجمین : سمانه سلطانی، مهتا غفاری
ویراستار: سامان وحدت
صفحه‌آرایی: سمانه سلطانی



ترجمه و ارائه با ❤️ و ☕ توسط UiPin برای طراحان ;)

فهرست مطالب

۲	مقدمه مترجمین
۳	مقدمه
۴	معرفی نویسندگان
۶	معرفی مترجمین
۸	آینده ابزارهای UI/UX پس از واقعه همه گیری ویروس کرونای ۲۰۱۹
۱۱	استراتژی UX - اضافه کردن یک مزیت رقابتی به محصول شما
۱۷	ابزارهای طراحی محصول که برای سال ۲۰۲۲ باید با آنها آشنا شوید
۲۶	رایج‌ترین اشتباهات در طراحی تجربه کاربر که باید از آنها اجتناب کنید
۳۳	بایدها و نبایدهای طراحی اپلیکیشن موبایل
۴۶	بهترین شیوه های تولید میکروکپی ها - چگونه طراحی UX خود را بهبود ببخشید؟
۵۴	بهترین شیوه های طراحی رابط کاربری تیره (Dark UI)
۶۵	تولید اپلیکیشن هایی بر پایه فریم ورک Flutter و چالش های طراحی
۷۳	۱۴ روش برتر UX برای طراحی موبایل
۷۸	۹ روش برای ارتقا دادن توانایی های طراحی
۸۶	فرآیند طراحی اپلیکیشن موبایل، کارگاه های محصول، جریان های کاربری و وایرفریم ها
۹۱	کارگاه طراحی محصول در Applover
۹۷	هزینه طراحی یک اپلیکیشن در سال ۲۰۲۲ چقدر است؟

مقدمه مترجمین

با توجه به همکاری هایی که در سال گذشته با مجموعه uxbook داشتیم تصمیم بر این شد که برای سال ۱۴۰۱ نیز کتابی دیگر در حوزه UI/UX را ترجمه کنیم و بتوانیم در اختیار علاقه‌مندان این حوزه قرار دهیم. در فرایند طراحی هر محصول دیجیتال زمانی که پروژه آغاز می‌شود، باید اقدام به شناخت و تحلیل نیازمندی‌های کاربران کنیم تا محصول را جهت صحیح رفع نیازهای کاربران بازارهدف طراحی و در نهایت بتوانیم محصول را به بازار و کاربران ارائه دهیم. زمانی که ترجمه کتاب را شروع کردیم، همزمان در یک سازمان خصوصی به فعالیت در این حوزه مشغول بودیم. با ترجمه هر فصل از این کتاب به نکات مطرح شده در کتاب بیشتر دقت می‌کردیم چرا که تقریباً تمامی نکات و موارد اشاره شده در کتاب، در مجموعه‌ای که مشغول به کار بودیم رعایت می‌شد و از جمله مواردی بودند که با توجه به پیشرفت علم و تکنولوژی در این حوزه در خارج از این ایران انجام می‌شد.

در این کتاب که نتیجه تجربه و دانش تعدادی از طراحان استودیو Applover است، موارد و نکاتی مطرح شده که به طراحان کمک می‌کند از زمانی که قرار است برای کاربر تجربه‌ای رقم بزنند تا زمانی که کاربر محصول را مشاهده می‌کند (از نظر ظاهر و عملکرد)، مسیر درست طراحی را طی کنند.

امیدواریم مطالعه این کتاب بتواند در آشنایی با ترندهای جدید و بروز دنیای طراحی به شما کمک کرده و مشوقی برای استفاده از این روش‌ها در طراحی‌های خودتان باشد. در صورت وجود هر گونه اشتباه (چه از نظر محتوا و یا نگارش)، لطفاً از طریق info@uipin.org نظرات و بازخوردهای خودتان را با ما در میان بگذارید.

تابستان ۱۴۰۱

سمانه سلطانی، مهتا غفاری

UI و UX عناصر حیاتی و مهم هر کسب و کار دیجیتال هستند. اگر می‌خواهید اپلیکیشن یا وبسایتی را تولید کنید که در عین جذاب بودن، کاربران آن را به خاطر بسپارند، پیش رفتن با اصول و قواعد به روز به شما در رسیدن به این هدف کمک می‌کند. برای قدم برداشتن در مسیر طراحی باید بدانید که اصول و مبانی طراحی محصول چیست، اینکه چه اصولی را باید رعایت کرده و از انجام چه کارهایی باید اجتناب کنید. وقتی به طراحی یک محصول جدید فکر می‌کنید از تجربه‌ای که برای کاربر رقم می‌زنید تا طراحی ظاهر و عملکرد آن، همه موارد را باید در نظر بگیرید. به همین دلیل تصمیم گرفتیم در این کتاب تمام دانش، بینش و تجربیات فعلی خودمان را جمع‌آوری و ویژگی‌های اصلی در روند طراحی محصولات دیجیتال که در سال جاری (۲۰۲۲) مطرح می‌باشد را معرفی کنیم. ما با مطرح کردن موضوعات مربوط به حوزه UI/UX با متخصصان برتر حوزه تکنولوژی اطلاعات مان را به اشتراک گذاشته و حول همین موضوعات با یکدیگر بحث و تبادل نظر میکنیم. من شما را تشویق می‌کنم که مطالب این کتاب را بخوانید و نظرات خود را با ما درمیان بگذارید، متشکرم!



PIOTR SĘDZIK
مدیرعامل Applover

Piotr Sędzik

معرفی نویسندگان



PATRYK BUŁAT

طراح UI/UX در Applover با بیش از ۳ سال تجربه در زمینه طراحی محصولات دیجیتال. او ترجیح می‌دهد بر روی اپلیکیشن و وب سایت هایی کار کند که دارای طراحی minimal هستند.



DAWID DZIURZYŃSKI

متخصص جوان بازاریابی در Applover و سردبیر مجله «Pismo Prywatne» یک مجله حرفه ای دانشجویی. دیوید به استراتژی‌های برند مدرن بسیار علاقه‌مند است.



NATALIA KAMECKA

مدیر بازاریابی در Applover، با بیش از ۸ سال تجربه در رسانه های اجتماعی، روابط عمومی، و مدیریت برند. او عاشق ایده‌های بازاریابی برندهایی که طراحی مناسب و خوبی دارند است.

معرفی نویسندگان



JAN KAMIŃSKI

بنیان‌گذار و مدیر فروش Full Stack در آژانس دیجیتال Applover



JULIA KOMIN

طراح UI/UX در Applover ، با بیش از ۴ سال تجربه در طراحی برنامه های موبایل و وبسایت. او حساسیت به نیازهای کاربران، عملکرد وبسایت‌ها، زیباییشناسی و طراحی مینیمالیسم و همچنین اصول UI/UX را بهبود می دهد.



GRZEGORZ MUSIAŁ

طراح UI/UX در Applover با بیش از ۳ سال تجربه در طراحی گرافیک و UI/UX. از مشخصه های او اینکه به دنبال راه‌هایی برای توسعه خلاقانه عملکردهای استانداردهای کاری با حفظ ارزش UX بالا است.



سمانه سلطانی

طراح UI/UX در شرکت تاوسیستم، حدود دوسال است در این حوزه فعالیت دارد با رویکرد طراحی محصولات دیجیتال با ایجاد تجربه کاربری عالی به همراه رفع نیازهای کاربران به این عرصه وارد شده است.



مهتا غفاری

مریم غفاری مقدم، دانش آموخته مهندسی IT است، ایشان علاوه بر فعالیت در زمینه طراحی سایت و اپلیکشن، همواره به دنبال کسب اطلاعات بیشتر در حوزه کاری خود به خصوص در زمینه UI & UX بوده است.



سامان وحدت

طراح UI/UX با بیش از ۱۰ سال تجربه در زمینه طراحی. ایشان در سال ۱۳۹۵ با جمعی از طراحان تجربه کاربری، وب سایت uxbook.org رو تاسیس کرد و این کار باعث به وجود آمدن یک جمع عالی در جهت تولید محتوای باکیفیت در زمینه طراحی شد.



از خواندن این کتاب لذت ببرید!
با تشکر از شما برای دانلود کتاب
روندهای رایج UI/UX

آینده ابزارهای UI/UX پس از واقعه همه گیری ویروس کرونا ۲۰۱۹

نویسنده: DAWID DZIURZYŃSKI ، متخصص جوان بازاریابی
در Applover



اگر محصول دیجیتالی شما همین امروز منتشر بشود، به احتمال زیاد جز یکی از ۲۱۲۶ برنامه جدید منتشر شده تا قبل از نیمه شب خواهد بود!! هیچ مانعی در مسیر افزایش تقاضای اپلیکیشن‌ها وجود ندارد، ایده‌ها به سرعت سرسام آوری به کار گرفته می‌شوند و تمایلات کسب و کارها در این زمینه مداوم در حال تغییر است. وقتی صحبت از وضعیت فعلی ابزارهای UX (تجربه کاربری) و UI (رابط کاربری) می‌شود، تفاوتی وجود ندارد. وضعیت همه گیری جهانی ویروس کرونا منجر به تغییر قابل توجهی در نحوه تعامل ما با دنیای دیجیتال و فیزیکی شده است. در ادامه نتایجی را با هم بررسی می‌کنیم.

دورکاری ، فرصت انجام دادن کارها در هر جایی . . .



دورکاری در حال تبدیل شدن به طبیعت دوم طراحان است. تقریباً ۹۰٪ از طراحان، از ابزارها و فرآیندهای موجود که امکان برقراری ارتباط از راه دور را محیا کرده اند، راضی هستند.

اکثریت قریب به اتفاق طراحان UI/UX از راه دور کار می‌کنند. (۷۷٪ در لهستان)

بسیاری از طراحان می‌خواهند که در آینده در یک مدل کار ترکیبی کار کنند. (۶۵٪ از طراحان)

مزایای دورکاری



برنامه ریزی قابل انعطاف

کاهش رفت و آمد

صرفه جویی در هزینه ها

کاهش اضطراب/استرس

بهبودی سلامتی (روانی، جسمی، معنوی و...)

مزایا برای کارفرمایان



بهره‌وری بیشتر

افزایش روحیه کارکنان

بهبود وفاداری و حفظ کارکنان

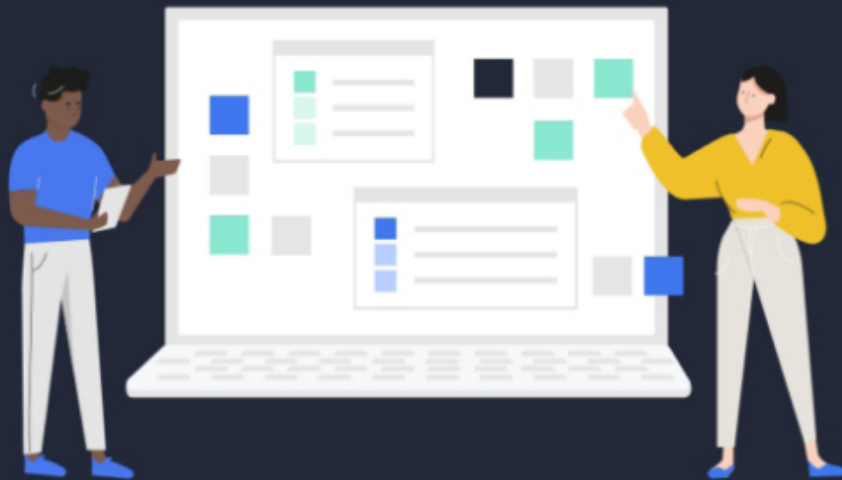
بهبود ردپای کربنی (ردپای کربنی میزان

کل انتشار گاز گلخانه‌ای ایجاد شده توسط

یک سازمان، رویداد، محصول یا شخص

است.)

ابزارهای سازگار و محبوب برای دورکاری در سال ۲۰۲۱



Zoom پر استفاده ترین سیستم های ویدئو کنفرانس.

Miro امسال به دلیل افزایش نیروها برای دورکاری، رشد بسیار زیادی داشت.

Mural یکی دیگر از ابزارهای کار از راه دور، که نسبت به سال گذشته رشد چشمگیر ۱۰۰۰٪ داشته!

Figma در رتبه یک ابزارهای هیجان انگیز برای طراحی ux/ui

در طول سه سال گذشته، Figma به شدت رشد کرده و مورد محبوبیت زیادی قرار گرفته است. فیگما هم در میان طراحان UI/UX و هم طراحان UX محبوب شده و ۶۱٪ از حرفه‌ای‌ها از آن استفاده می کنند.

استراتژی UX - اضافه کردن یک مزیت رقابتی به محصول شما

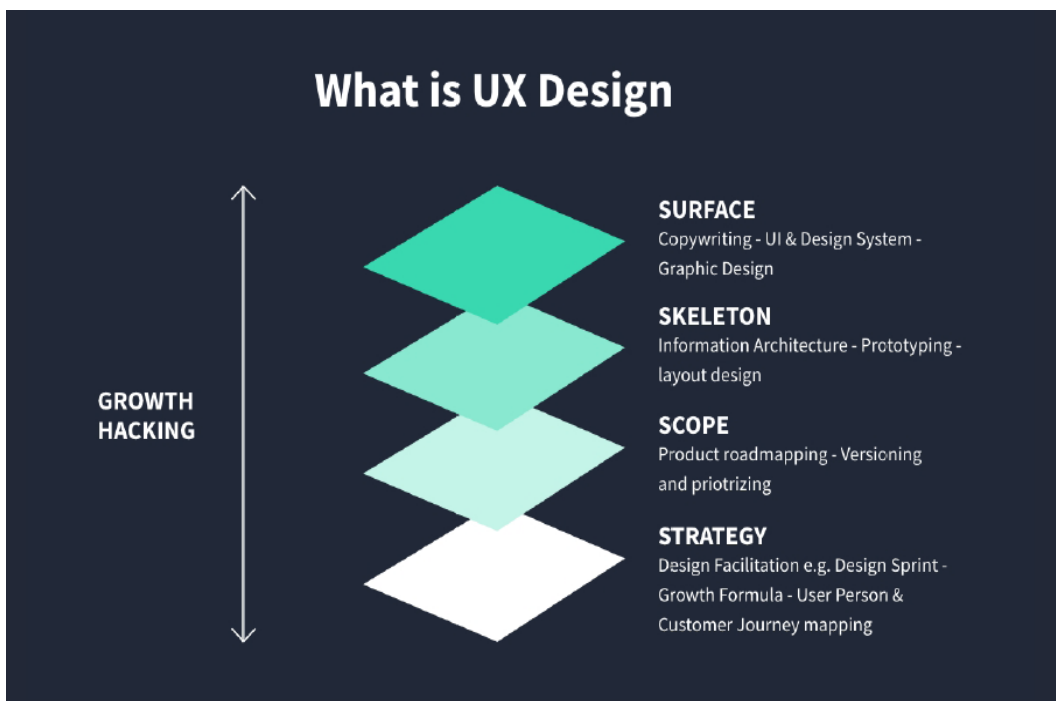
نویسنده: NATALIA KAMECKA ، مدیر بازاریابی در Applover



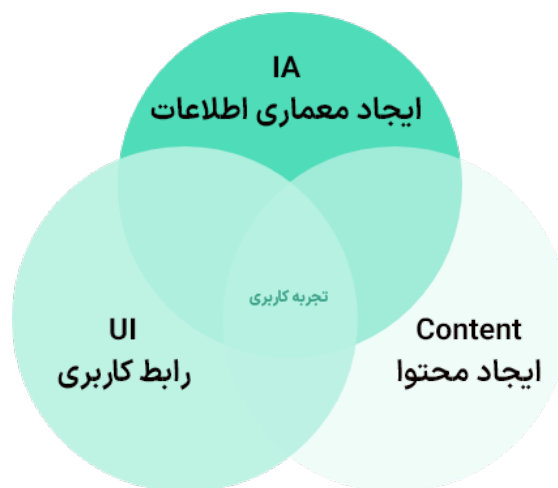
طراحان اغلب استراتژی را نادیده می‌گیرند، اما درک هدف و انتظارات شرکت از یک محصول دیجیتالی ضروری است. این در حالی است که تجربه کاربری بیشتر وابسته به تجربه در وبسایتها یا برنامه‌های تلفن همراه می‌باشد، این موضوع در سالهای اخیر رشد بسیاری داشته است. در حال حاضر سایتها و اپلیکیشن‌ها نیازمند یک استراتژی کامل برای تاثیرگذاری و کارآمدتر بودن محتوا و بازگرداندن کاربر به محصول هستند. به عنوان یک طراح شما باید بدانید که طراحی شما چه تاثیری بر روی محصول می‌گذارد. عدم داشتن آگاهی و دانش در مورد محتوا، غلبه کردن بر مشکلات را دشوارتر می‌کند. در این بخش به این می‌پردازیم که چرا این موضوع باید برای شما مهم باشد و چگونه از آن باید بهره ببرید.

استراتژی UX چیست؟

تعاریف و تفاسیر زیادی وجود دارد. برای پاسخ کامل به این سوال که استراتژی UX چیست، باید این کلمه را با دو بخش UX و استراتژی تقسیم کنیم.



طراحی تجربه کاربری به نحوه عملکرد یک کاربر در تعامل با یک محصول اشاره دارد. بنابراین تجربه کاربری در مورد طراحی تعاملی - ایجاد محتوا، طراحی بصری و معماری اطلاعات است. هدف این است که تعامل و ارتباط کاربر با محصول دیجیتال تا حد امکان ساده و لذت بخش باشد. یک طراح، مسائل تمام بخش های قابل استفاده و یکپارچه سازی محصول است. از جمله قابلیت کاربردپذیری، طراحی عملکرد و برند سازی.



رابط کاربری / UI

اغلب UI (رابط کاربری) با عنوان UX (تجربه کاربری) اشتباه گرفته می شود. هر دو رابطه تنگاتنگی با یکدیگر دارند، اما با این حال یکسان نیستند. المان های رابط کاربری شامل تمام عناصر بصری مانند منو، تصاویر، چیدمان، و ترکیب بندی رنگها است. با این حال، تجربه کاربری فراتر از طراحی المان های رابط کاربری است.

محتوا / Content

محتوا درباره ایجاد متن، ویدئو و صدا است. طراحی محتوا باید به گونه ای باشد که نیازهای کاربران را به موثرترین روش ممکن برآورده کند. محتوا همچنین شامل نوشتن تجربه نویسی کاربر و میکروکپی ها نیز می باشد (جهت آشنایی بیشتر با تجربه نویسی می توانید به وب سایت [خانه تجربه نویسی | UX Writing home](#) مراجعه کنید). تولید و ارائه محتوا یک راه حل عالی برای شخصی سازی و همچنین ایجاد اعتماد است که از بلوک های اصلی سازنده UX می باشد.

معماری اطلاعات / Information Architecture (IA)

معماری اطلاعات نحوه چیدمان و نمایش محتوا به کاربران است. تمرکز آن بر سازماندهی محتوا به گونه ای است که کاربران بتوانند به سرعت با محصول سازگار شوند و آنچه را که نیاز دارند با حداقل تلاش پیدا کنند. هنگام ساخت محصولات دیجیتال، طراح تجربه کاربری، معماری اطلاعات را ایجاد می کند.



استراتژی / Strategy

برای ساده تر کردن و فهمیدن موضوع، سه سوال کلیدی که استراتژی باید به آنها بپردازد را مشخص می کنیم:

۱. الان کجا هستید؟

۲. به کجا می روید؟

۳. چگونه به آنجا می رسید؟

الان کجا هستید؟

در ابتدا، درک وضعیت فعلی بسیار مهم و حیاتی است. درک موقعیتی که از آنجا طراحی را شروع می کنید برای مشخص کردن آنچه در آینده به آن نیاز خواهید داشت، ضروری است. این شامل بررسی چند موضوع می شود:

• داده های محصول :

اندازه گیری محصول برای ارزیابی موفقیت طراحی استفاده می شود. این کار به شما امکان می دهد مشکلات احتمالی را شناسایی کنید و به نیازهای فعلی یا بلندمدت مشتریان خود پاسخ دهید. البته شرکت های مختلف بر روی KPI های مختلف (نرخ تبدیل، درآمد یا ارزش طول عمر محصول) تمرکز خواهند داشت. داده های محصول فقط در صورتی مهم هستند که محصول شما منتشر شده باشد، در غیر اینصورت می توانید معیارهایی را که می خواهید در نظر بگیرید.

• تحقیقات کاربری :

این مورد یکی از اجزای اصلی و ابتدایی فرآیند تجربه کاربری است. در تحقیقات باید نیازهای کاربران مورد بررسی قرار بگیرند. تحقیقات کاربر محور به شما کمک می کند تا کشف کنید چه چیزی برای کاربران شما مهم است و اینکه چگونه می توانید نیازها و انگیزه های آنها را برآورده کنید. سازمان های بزرگ اغلب یک نیروی محقق در تیم دارند که با پایه و اساس کار آشنا است. به عبارتی مردم را کشف می کند.

• رقبا :

تحقیق در مورد پروژه های فعلی و برنامه ریزی شده رقبا. شما باید به یک سوال پاسخ دهید که چگونه آنها را با هم مقایسه می کنید، زیرا این پاسخ به درک بهتر از بازار محصولی که در حال طراحی در آن هستید کمک می کند. همچنین تحلیل رقبا بر تمایزات کلیدی تاکید دارد.

به کجا می روید؟

این سوال بر اهداف کلی و اهداف تجاری یک محصول دیجیتال تمرکز دارد. اهداف معمولاً با هزینه ها، درآمدها و تعاملات کاربر مرتبط هستند. به طور کلی هدف باید، مشخص و قابل اندازه گیری باشد. همچنین هدف ممکن است شامل چشم انداز و بیانیه ماموریت سازمان نیز بشود.

چگونه به آنجا می‌رسید؟

هنگامی که مشخص کردید وضعیت فعلی شما چیست و محصول شما به چه سمتی حرکت می‌کند، باید این را هم در نظر بگیرید که چگونه فاصله‌ها را کم کنید. راهکار شما باید دقیق و جامع باشد. به آن چیزی که برای رسیدن به اهداف خود نیاز دارید پاسخ دهید- انتخاب‌های طراحی شما را هدایت می‌کند، بنابراین باید به خوبی به انتخاب‌های خودتان دقت کنید.

• استراتژی کسب و کار:

برنامه و نقشه این است که چگونه یک شرکت در بازار دیده می‌شود و همچنین هدف آن برای ایجاد درآمد چیست. این به طراحان در تعیین اقداماتی که باید برای توسعه محصول انجام دهند و دنبال کنند، کمک خواهد کرد.

• ارزش و نوآوری محصول:

مفهوم اساسی ارائه یک راه حل خلاقانه برای یک مشکل است که ممکن است بازدهی مطلوبی را نیز به همراه داشته باشد. به زبان ساده تر ارائه ارزش با کمترین مقدار هزینه.

• تحقیقات معتبر در مورد تجربه کاربر:

طراحان باید بر روی گروه خاصی از کاربران برای حل چالش‌هایشان تمرکز کرده و با استخراج داده‌ها و با شواهد محکم و قوی از هدف تحقیق حمایت کنند.

• خلق یک تجربه کاربری عالی:

همانطور که قبلاً ذکر شد این هدف زمانی به دست می‌آید که محصول به کاربران امکان می‌دهد بدون زحمت و با کمترین تلاش، به اهداف خود برسند. پس مهم‌ترین ویژگی‌های محصول را شناسایی و برای آن برنامه ریزی کنید.

چرا باید یک استراتژی UX ایجاد کنید؟

استراتژی UX تنها روشی برای برتری داشتن نسبت به رقبا نیست، بلکه یکی از مولفه های اساسی است که تقریباً بدون آن موفقیت محصول امکان پذیر نخواهد بود. معمولاً یک استراتژی UX شامل چشم انداز، تحقیقات کاربر، شرایط و ضوابط طراحی، معیارهای موفقیت و داشتن برنامه ای برای به انجام رساندن همه اینهاست.

کسب و کارهایی که باید از ضرب الاجل ها و بودجه های دقیق پیروی کنند باید این واقعیت را بپذیرند که توسعه محصول نه سریع است و نه ارزان. ایجاد استراتژی در ابتدای پروژه ممکن است این اطمینان را حاصل کند که تیم های UX زمان، پول و انرژی صرف توسعه ویژگی هایی نمی کنند که در مورد استفاده آن ها توسط کاربران مطمئن نباشند. برای طراحی مزیت های رقابتی، به یاد داشته باشید که از بهترین شیوه های UX/UI استفاده کنید. هدف شما باید ایجاد محصولی باشد که برای اکثریت کاربران در دسترس باشد. افزودن پیچیدگی های غیرضروری ممکن است محصول را به سرعت از کنترل کاربران خارج کند. همچنین امروزه قابلیت دسترسی پذیری ویژگی های یک محصول، یک انتخاب نیست بلکه یک الزام است. سعی کنید در طراحی محصول فعالیت های ضروری را از نظر بصری متمایز کنید و همیشه کاربر را در اولویت قرار دهید.

همه چیز در مورد تجربه است

به طور خلاصه، استراتژی UX یک رویکرد بلند مدت برای تعیین نقطه تماس مخاطبین/مشتریان با اهداف کسب و کار شما برای ایجاد تجربه کاربر است. این رویکرد تضمین می کند محصول و بازار با یکدیگر سازگار هستند. توسعه یک استراتژی موفق UX موضوع بسیار گسترده ای است که شامل چندین حوزه می شود. روند کارگاه های طراحی محصول برای ساختن یک استراتژی موفق UX در ادامه این کتاب پوشش داده خواهد شد.

ابزارهای طراحی محصول که برای سال ۲۰۲۲ باید با آنها آشنا شوید

نویسنده: PATRYK BUŁAT ، طراح U/UX در Applover



یک راه موثر برای تحویل به موقع و با کیفیت محصول، همکاری و ارتباط موفق بین توسعه دهندگان و طراحان است. این همکاری به معنای فرآیندی متقابل است که در آن طراحان و سایر ذینفعان می توانند در فرآیند توسعه نقش داشته باشند. این یک هدف مهم و ارزشمند برای ایجاد و ساخت گردش کاری در یک تیم محصول می باشد. زمانی که افراد یک تیم مشغول کار روی یک پروژه هستند، لازم است از چندین ابزار به طور همزمان استفاده کنند. در Applover ترکیب ایده آل استفاده از Mural+FlowMapp+ Figma است. ما از هر یک از این ابزارها در کارهای روزانه خود استفاده می کنیم، اگرچه لیست زیر شامل ابزارهایی است که در سال ۲۰۲۲، قطعاً ارزش دنبال کردن را دارند مانند Abstract و برنامه هایی که بسیار ارزشمند هستند، همانطور که ما چندین سال است از Avocode استفاده می کنیم. هدف این بخش این است که شما را تشویق کنیم از ابزارهایی که برای پشتیبانی کارهای UX انتخاب کرده ایم الگو بگیرید و استفاده کنید. ابزارها، جایگزین دانش و مهارت هایی نیستند که در طول مسیر یادگیری خود به دست می آورید، اما می توانند ورود شما را به دنیای استانداردهای طراحی کمی آسانتر کرده و شما را برای آزمایش روش های جدید و عملیاتی ترغیب کنند.

ابزارهای طراحی محصول که در حال حاضر ارزش دنبال کردن را دارد.

Figma

Figma ابزاری است که توسط بیشتر شرکت ها مورد استفاده قرار می گیرد. با توجه به رتبه بندی ابزارهای UX، فیگما ابزاری اصلی است که بیش از ۲۵٪ از طراحان از آن استفاده

می کنند، عمدتاً به این خاطر که به ما اجازه می دهد که با کامپوننت ها کار کنیم و ارتباطات مان را نیز مدیریت کنیم. ویژگی هایی مانند صفحه بندی (شبکه بندی)، Code inspections ، دیزاین سیستم های اشتراکی، ... سبب شده فیگما به ابزاری محبوب برای همکاری تیم ها در طراحی محصول تبدیل شود!

نسخه توسعه یافته فیگما شامل افزونه های خودکارسازی وظایف، بهبود گردش کار و انتشار این افزونه ها برای تیم هاست. یکی دیگر از ویژگی های مفید فیگما امکان تعبیه سازی پروژه ها و اجرا لحظه ای نمونه های اولیه در هر زمان است. بدین صورت که شما در حال کار روی فایل طراحی پروژه هستید و هم زمان کارفرما از طریق لینک پروتوتایپ (prototype) که برای او ارسال کرده اید همه تغییرات را می تواند مشاهده کند. بسیاری از ادغام ها از طریق دیگر برنامه ها این امکان را می دهد که فیگما را بتوان با ابزارهای دیگر ترکیب کرد تا بهترین عملکرد صورت پذیرد. بزرگترین مزیت و عیب استفاده از فیگما، امکان کار بدون نصب برنامه است. متأسفانه در زمانی که اینترنت نداشته باشید فیگما حداقل پشتیبانی را برای انجام کارهای آفلاین ارائه می دهد و تقریباً عملکرد خوبی ندارد.

ما در Applover تصمیم گرفتیم فیگما را به عنوان ابزار اصلی انتخاب کنیم. دلایل زیادی بر این موضوع وجود دارد که من فکر میکنم باید بر مهم ترین دلیل مان تاکید کنم. امروزه که اکثر ما از راه دور کار می کنیم، همکاری و ارتباط خوب اساس تولید محتوای با کیفیت است. فیگما به شدت از این ارزش پشتیبانی می کند، که منجر به افزایش بهره‌وری و کیفیت کار بالا برای کل تیم ما می شود.



امروزه که اکثر ما از راه دور کار می کنیم،
همکاری و ارتباط خوب اساس تولید محصولات
با کیفیت است.

شرکت ادوبی تصمیم گرفت کاربرانی را که به ویرایش استاندارد تصاویر علاقه دارند از کسانی که طرح های گرافیکی برای وب سایت ها و اپلیکیشن ها ایجاد می کنند جدا کند. با در نظر گرفتن گروه دوم کاربران، Adobe XD ایجاد شد- برنامه ای که برای ایجاد نمونه های اولیه و طرح های گرافیکی. XD یک ابزار All in one است. توسط آن امکان ایجاد موکاپ ، طرح های گرافیکی، نمونه های اولیه و ساخت انیمیشن ها وب و موبایل وجود دارد. یک مزیت غیرقابل انکار XD ، دسترسی به کتابخانه ها و مطالب از ادوبی و سایر کاربران است.

Adobe XD ابزاری بسیار آسان و بصری است. در کار تیمی، می توانید فایل ها را از طریق فضای ابری به اشتراک بگذارید که می تواند برای شما کارآیی خوبی داشته باشد.

Flowmapp یک ابزار برنامه ریزی UX برای ایجاد نقشه های سایت و جریان های کاربر است. با استفاده از آن می توان نمودارهای جریان کاربری ایجاد کرد که شامل طرح های ساده و چارچوبی کامل می باشند. Flowmapp به شما این امکان را می دهد، تا از خطوط، اشکال و نمادها برای طراحی سریع جریان کاربر استفاده کنید. این ابزار می تواند برای برنامه ریزی توسعه یک سایت، موبایل یا برنامه های تحت وب مفید باشد و به همه طراحانی که روی یک پروژه مشترک کار می کنند اجازه می دهد تا جریان کار قابل مدیریت و راحت باشد.

Flowmapp را می توان به Slack وصل کرد، ابزاری که ما در Applover به صورت روزانه از آن استفاده می کنیم. به لطف اتصال پروژه به کانال ها، این امکان وجود دارد که وقتی پروژه ای به روزرسانی می شود پیام اطلاع رسانی آن برای همه طراحان حاضر در پروژه ارسال شود. تغییرات هر پروژه در Flowmapp مانند ایجاد صفحات جدید، نظرات و به روزرسانی پروژه به طور خودکار با Slack بروزرسانی می شود. بروزرسانی Slack را می توانید برای هر پروژه ای که خواستید مطابق نیاز خود تغییر دهید.

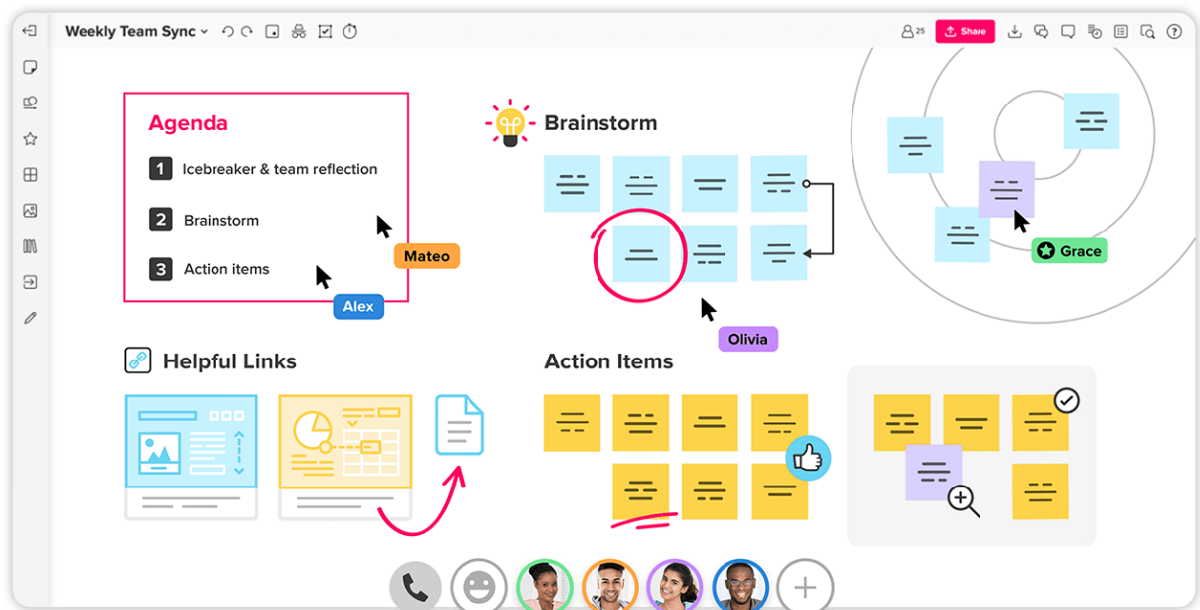
در حال حاضر اسکچ به عنوان اولین انتخاب طراحان برای طراحی رابط کاربری، طراحی تجربه کاربری و طراحی محصول می باشد. مدتی پیش، این نرم افزار صنعت ابزارهای طراحی را دگرگون کرد و همچنان بر سایر نرم افزارها حاکم است. ویژگی اصلی که اسکچ را به ابزاری ایده آل برای همکاری تیم طراحی و برنامه نویسان از دیگر برنامه ها متمایز می کند، Cloud Inspector است. ابزاری شبیه Zeplin، که اطلاعات مورد نیاز برنامه نویسان را به کد تبدیل می کند- این قابلیت به طور مستقیم از طریق مرورگر رایگان است.



یکی از دلایلی که sketch برای من بسیار جذاب است، در دسترس بودن منابع طراحی رایگان مانند Sketch App Resources و Sketch Repo برای گرفتن ایده و الهامات مختلف است.

یکی از دلایلی که sketch برای من بسیار جذاب است، در دسترس بودن منابع طراحی رایگان مانند Sketch App Resources و Sketch Repo برای گرفتن ایده و الهامات مختلف است. همچنین من Sketch را به دلیل عملکرد افزونه هایش، دوست دارم چرا که به من کمک می کند بهتر و سریعتر طراحی کنم.

سایر ویژگی های هیجان انگیز اسکچ برای ارتباط خوب و مصالحت آمیز بین طراحان و توسعه دهندگان عبارتند از: افزونه های اسکچ، Sketch API و Sketch Assistant. با ایجاد یک افزونه در اسکچ با جاوا اسکریپت (ES6!)، می توانید به ساختارهای macOS دسترسی داشته باشید و از Sketch API برای ایجاد و خودکارسازی گردش کار هوشمند بین تیم خود استفاده کنید.



Mural

Mural ابزاری برای همکاری آنلاین بین طراحان است. اگر بخواهیم یک رویداد طوفان فکری، کارگاه‌ها، و یا رویدادهای اسکرام را انجام دهیم یا اینکه صرفاً تیم چندین تابلو/فضا را به صورت آنلاین در اختیار داشته باشد، این ابزار انتخاب خوبی است. اگر با چندین تیم کار می‌کنید، Mural به شما امکان می‌دهد برای هر یک از آنها یک فضای جداگانه ایجاد کنید و مدیریت دسترسی و سازماندهی نقاشی‌های دیواری (فضاهای کاری) را آسان‌تر می‌کند. Mural همچنین ابزاری عالی برای کار از راه دور است. یکی از ویژگی‌های مفید آن کمک به زمان برگزاری جلسات است. دارای یک تایمر داخلی مناسب است، همچنین می‌توانید رای‌گیری انجام بدهید و نتایج آن را به دیگر اعضا ارائه کنید.

Miro

این برنامه امکان همکاری همزمان در یک فضای آنلاین را فراهم می‌کند. Miro به شما امکان استفاده از یک تخته سفید را به طور همزمان در بسیاری از پروژه‌ها می‌دهد که برای کار از راه دور عملکرد بسیار خوبی دارد. نسخه رایگان شامل طیف گسترده‌ای از ابزارهای طراحی (از جمله کارت‌های رنگی آماده، ابزاری برای مدیریت فونت، فضای کاری بزرگ،...) می‌باشد و تقریباً هر گونه طراحی روی بوم (Canvas) را امکان‌پذیر می‌کند. با این حال، باید به خاطر داشته باشیم که این برنامه تحت وب است، و هرچه افراد بیشتری به طور فعال روی یک برد مشترک کار کنند، باید انتظار تاخیرهای جزئی بیشتری را داشته باشیم.

InVision هم مانند Adobe XD یک برنامه all in one است. امکانات طراحی بسیار زیاد دارد، مانند: طراحی موکاپ ها، طرح‌های گرافیکی، نمونه‌های اولیه، انیمیشن‌ها ... و همگی در یک برنامه! این ابزار به شما این امکان را می‌دهد که منابع را به راحتی مدیریت کنید (مانند کار با وکتورها در Sketch یا کامپوننت ها در Figma).

InVision Studio پیش نمایش CSS ارائه می‌دهد. عناصر موجود در فایل ها را به مشخصات کد شده برای توسعه دهندگان تبدیل می‌کند. همچنین به توسعه دهندگان اجازه می‌دهد تا در طرح ها یادداشت هایی را ایجاد کنند تا نشان دهند که چه چیزی باید تغییر، اصلاح یا تکرار شود. Invision Inspect امکان ادغام با فناوری هایی مانند Jira، Confluence و Trello را ارائه می‌دهد.

Overflow

Overflow یک برد آنلاین است که برای نمونه سازی و ترسیم جریان های گسترده بین صفحه ها طراحی شده است. ابزاری ساده که دارای یک رابط کاربری مدرن می‌باشد. Overflow به شما امکان می‌دهد تا فضاهای طراحی خود را رمزگذاری کنید - این روش نسبت به اشتراک گذاری یک لینک با آدرس های ایمیل راحت تر است. برنامه مانند یک افزونه کار می‌کند، برای مثال در برنامه ای مانند Sketch تغییرات را به Overflow ارسال می‌کنیم و سپس در این برنامه می‌توانیم برد پروژه را در فضای ابری قرار دهیم.

Zeplin

Zeplin یک برنامه مستقل است که در حالت ایده‌آل به عنوان برنامه کمکی برای یک طراح گرافیک و یک برنامه نویس گزینه مناسبی است. هدف اصلی این اپلیکیشن به حداقل رساندن کار برای هر یک از طرفین درگیر در پروژه است. طراحان گرافیک از سرعت خروجی گرفتن طرح های گرافیکی خود به HTML استقبال می‌کنند، و در طرف مقابل برنامه نویسان به منابع طراحان گرافیک دسترسی مستقیم و آسانی دارند. Zeplin کمکی زیادی به صرفه جویی در زمان می‌کند از جمله اینکه بخش بزرگی از تلاش های مربوط به انتقال پروژه ها

به توسعه دهندگان را آسان می کند و بسیاری از جزئیات کوچک و وقت گیر را به صورت خودکار انجام می دهد.

شما می توانید با یک کلیک در Zeplin، از فایل های خود در برنامه هایی مانند Sketch، Figma، Adobe XD، Adobe Photoshop CC خروجی قابل استفاده برای برنامه نویسان تولید کنید. Zeplin مشخصات دقیق و سفارشی شده از منابع و کدها را برای توسعه دهندگان ایجاد می کند. Zeplin یک نرم افزار کمکی برای طراحان رابط کاربری است که فقط با Sketch سازگار نیست. یک افزونه و برنامه تحت وب است. این نرم افزار شامل لیستی از فایل ها و کدهای مربوط به آن ها است که در صفحه های مشخصی می تواند بین تیم های طراحی و توسعه دهندگان ارتباط برقرار کند.

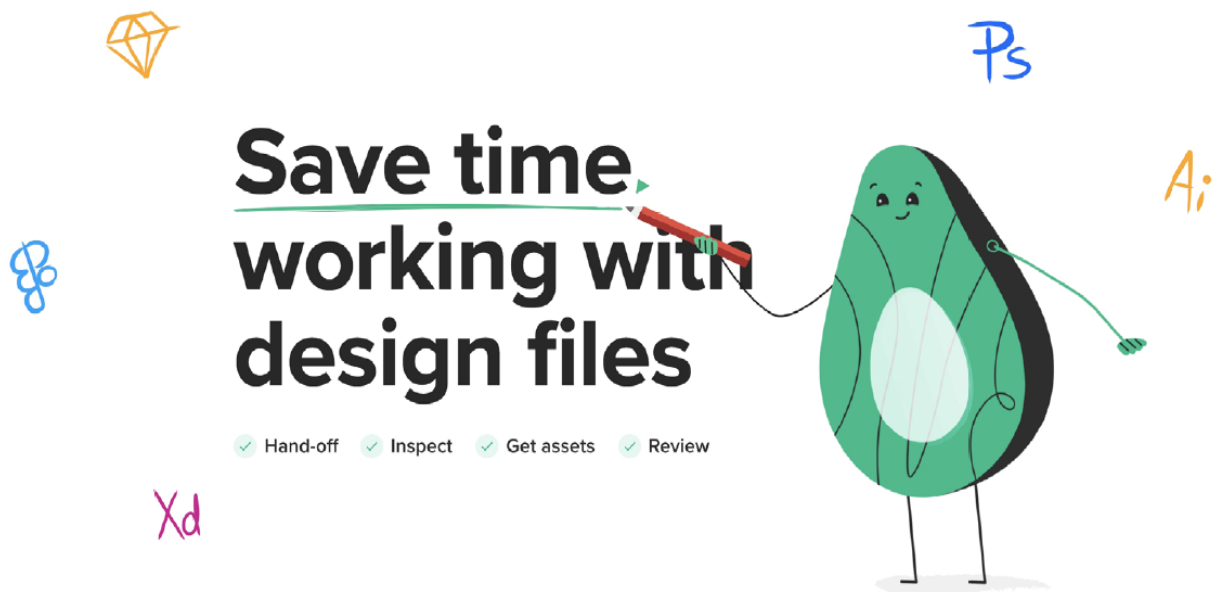
Abstract

Abstract ابزاری است که امکانات قدرتمندی برای گردش کار با ابزار Sketch ارائه می دهد. به عنوان مثال، کنترل نسخه را انجام می دهد - مشابه GitHub در پروژه های توسعه نرم افزار - که به طراحان اجازه می دهد تا نسخه های پروژه را در یک فایل ادغام کنند، درست مانند کار برنامه نویسان با کد. یکی از ویژگی های قابل توجه، انتقال اطلاعات توسط توسعه دهندگان است - Abstract از GitHub الهام گرفته شده است، کنترل نسخه را به طراح ارائه می کند و به توسعه دهندگان کمک می کند تا از آخرین و دقیق ترین نسخه های پروژه ها استفاده کنند. مانند GitHub، تاریخچه تایید، نظرات و یادداشت ها، باعث آسان شدن «دلایل» در تصمیمات مربوط به هر بخش از طراحی می شود. این ابزار حتی مقادیر پروژه را به کد تبدیل می کند تا توسعه دهندگان بتوانند مانند Zeplin و ابزارهای مشابه، کد را کپی و استفاده کنند. به طور خلاصه: Abstract مانند GitHub برای طراحان است.

Avocode

این یکی از سه برنامه محبوب برای انتقال پروژه است. هدف Avocode این است: «صرفه جویی زمان، هنگام کار بر روی پروژه». Avocode برای توسعه دهندگانی که تمام مقادیر کد شده و اندازه ها را دریافت می کنند، طیف گسترده ای از راه حل ها را برای انتقال ساده تر

تر فایل های طراحی ارائه می دهد. چرا که برنامه نویسان به بررسی استانداردها نیاز دارند. و برای هر برنامه نویس بخصوص می تواند هر یک از مؤلفه ها مانند متون را مستقیماً به گونه ای تغییر بدهد که تأثیری بر پروژه اصلی نداشته باشد. همچنین قابلیت نصب اپلیکیشن Avocode بر روی Linux که در بین برنامه نویسان محبوبیت دارد، نیز نکته ی قابل توجهی است.



Codesandbox

Codesandbox یک ویرایشگر آنلاین برای ایجاد سریع و اجرا پروژه های کوچک مانند کامپوننت ها است. پس از اینکه یک پروژه جالب در Codesandbox ایجاد کردید، می توانید از طریق URL آن را با دیگران اشتراک بگذارید. CodeSandbox دارای یک پیش نمایش زنده/در حال پخش برای نشان دادن نتیجه کد در حال تایپ شما است و دارای برنامه های افزودنی برای ادغام با ابزارهای مختلف و توسعه جریان کار است.

Stackblitz یک IDE آنلاین برای برنامه های کاربردی تحت وب است که توسط Visual Studio Code طراحی شده است. StackBlitz یک IDE آنلاین است، بسیار شبیه به Codesandbox، که در آن می توانید پروژه های Angular & React را ایجاد کنید که از طریق URL قابل اشتراک گذاری هستند. به طور خودکار از بارگذاری کتابخانه ها، کامپایل، و بارگذاری مجدد در حین تایپ، همانند Codesandbox پشتیبانی می کند.

Codepen یک محیط توسعه آنلاین و بسیار محبوب برای توسعه دهندگان FrontEnd برای نوشتن و به اشتراک گذاشتن قسمت هایی از رابط کاربری است. در CodePen می توانید پروژه ها را نیز مرور و بررسی کنید تا اجرا و نتیجه کار را برایتان آسان تر شود. شما به راه حل ها و ابزارهای تعاملی دسترسی دارید و می توانید هر زمان که خواستید کد را دستکاری کنید و انجام تغییرات را در بخش زنده و مستقیم مشاهده و بررسی کنید.

طراحی محصول فقط استفاده از ابزارها نیست

تعداد برنامه های موجود به طور پیوسته در حال افزایش هستند. چه کسی می داند آیا در پایان سال ۲۰۲۲ ابزار جدیدی برای تحول طراحی UX به وجود می آید یا خیر؟ قابل ذکر است که طراحی تجربه کاربری چیزی بیش از توانایی استفاده از ابزارهای طراحی است. اکثر طراحان تجربه کاربر و طراحان محصول با ابزارها آشنا هستند، اما با وجود برنامه های مختلف برای ساخت Mockup، طراحی های گرافیکی و نمودارها، لازم است به این نکته توجه کنید که از برنامه و نرم افزارهایی استفاده کنید که کارایی شما را افزایش و ارزش کار شما را بالاتر ببرند. با وجود محدودیت هایی که در هر نرم افزار وجود دارد، ولی ابزارها و راه حل های جدید، همیشه ارزش آزمایش کردن را دارند. پس دلسردی اولیه در مورد امکانات ارائه شده توسط یک برنامه، ناچیز بشمار می آید.

ما می توانیم تلاش خود را روی استفاده از ابزارها متمرکز کنیم، اما باید به خاطر داشت که مهارت های نرمی مانند: نحوه مشاهده کاربر، تجزیه و تحلیل داده ها، نتیجه گیری و دانش روش های تحقیق - در فرآیند طراحی خلاقانه ضروری هستند.

رایج‌ترین اشتباهات در طراحی تجربه کاربر که باید از آنها اجتناب کنید

نویسنده: NATALIA KAMECKA ، مدیر بازاریابی در Applover



آیا تا به حال به این فکر کرده اید، که چرا اغلب طراحان دستگیره در را برای نحوه ساختنش بررسی می کنند و چرا اشیا مسطح هیچ وقت جایگزین آن نمی شود؟ زیرا باز کردن درها هیچ وقت نباید زندگی ما را سخت کنند. این یک عملیات و اقدامی است که باید ساده باشد. شرایطی را تصور کنید که یک کیف در دست دارید و می‌خواهید وارد اتاقی شوید، شما باید بتوانید با یک دست در را به راحتی باز کنید. باز شدن درها، در بیشتر موارد، قابل دیدن و حس شدن هستند، و به انتظارات ما پاسخ می دهند و نیاز ما را برای ورود به یک اتاق برآورده می کنند.

تجربه کاربری از اکثر دستگیره های در، نسبتا مثبت است. اما در زمینه استفاده از وب سایت و اپلیکیشن همه چیز متفاوت است. به نظر شما چرا اغلب تجربه کاربری وب سایت ها و اپلیکیشن ها با شکست مواجه می شوند؟ رایج ترین اشتباهات UX چیست؟ بیایید با هم آنها را پیدا کنیم!

در این بخش یاد می گیریم :

- چه چیز هایی را باید اشتباهات UX بنامیم.
- چرا نباید بر فرضیات خود تکیه کنید و بینش واقعی را بررسی کنید.
- چرا معماری محصول دیجیتال شما برای تجربه کاربر حیاتی است.
- چرا UX باید در هر مرحله از فرآیند توسعه محصول، حیاتی باشد.
- چگونه به ایده های رقبا تکیه نکنیم و فقط بهترین ها را محک بزنیم.

- چه چیزهایی دزدی است و چرا باید آن را بدانید.
- چگونه تست گرفتن از کاربران می تواند به بهبود تجربه کاربر کمک کند.
- چگونه از طراحی تجربه کاربری ناسازگار جلوگیری کنیم.

اشتباهات UX چیست؟

گاهی اوقات طراحان تجربه کاربر راه‌حلهایی را ارائه می‌دهند که مطابق با قوانین و استانداردها نیست. در نتیجه پروژه‌هایی طراحی می‌شوند که از نظر بصری زیبا هستند، ولی خواسته‌ها و نیازهای کاربران را برطرف نمی‌کنند.

به طور مثال وقتی که کاربری وارد یک وبسایت می‌شود یا قصد دارد از یک اپلیکیشن استفاده کند، موقع استفاده، تنها طرح زیبایی را می‌بیند که نیاز او را برطرف نمی‌کند. برای مثال یک درب دوتایی شیشه‌ای با دستگیره‌های تزئین شده زیبا را فرض کنید. استفاده از چنین ورودی، برخلاف دسته کلاسیک که در بالا توضیح داده شد، می‌تواند کاربر را گیج کند. وقتی در را باز می‌کند، نمی‌داند از کدام طرف وارد شود، استرس‌زا است! وقتی کاربر یک فنجان قهوه داغ در دست دارد و می‌خواهد وارد اتاق شود چه اتفاقی می‌افتد؟! همین اتفاق می‌تواند در مورد محصولات دیجیتال نیز رخ بدهد، اما اگر طراح UX از اشتباهات خاص اجتناب کند، این مشکلات رخ نخواهد داد.

فرضیات به جای درک واقعی!

مثال درهای شیشه‌ای دوتایی که در بالا توصیف شد احتمالاً از دیدگاه و تصورات طراح است و تمایلی به پاسخگویی به نیازها و مسائل کاربر را ندارد. برای جلوگیری از نتایج مشابه در پروژه‌ها، ما در Applover، به تحقیقات عمیق و فرآیندهای کارگاہی با کارفرما اهمیت می‌دهیم.



کار طراحان تجربه کاربری، باید با فرایند تحقیقات کامل، آشنایی با ویژگی های یک صنعت (موضوع پروژه) و همچنین نیازها و مسائلی که کاربران با آنها مواجه خواهند شد انجام شود. جدا از رعایت الزامات بصری، استفاده از پروژه و محصول باید برای کاربر نهایی آسان و راحت باشد.

کار طراحان تجربه کاربری، باید با فرایند تحقیقات کامل، آشنایی با ویژگی های یک صنعت (موضوع پروژه) و همچنین نیازها و مسائلی که کاربران با آنها مواجه خواهند شد انجام شود. جدا از رعایت الزامات بصری، استفاده از پروژه و محصول باید برای کاربر نهایی آسان و راحت باشد. یک سری از جلسات باید با حضور طراحان و توسعه دهندگان با تجربه و کارفرما با هدف ایجاد داستان ها و جریان های کاربر برگزار شود. اینها قسمت هایی هستند که باید از دانش و علم متخصصانی استفاده شود که می توانند علاوه بر فناوری مناسب، معماری اپلیکیشن یا وبسایت را نیز انتخاب و طراحی کنند.

نادیده گرفتن معماری محصولات دیجیتال

اشتباه اکثر تیم های طراحی و توسعه این است که زیبایی و ظاهر محصولات دیجیتال را در اولویت بالاتری نسبت به معماری اپلیکیشن قرار می دهند. در نگاه اول این رویکرد می تواند منجر به طراحی یک محصول دیجیتال زیبا شود، اما استفاده از آن محصول ممکن است به یک کابوس تبدیل شود!

بسیار مهم است که برای شروع پروژه به درستی آماده شوید و روند مناسبی را در نظر بگیرید. این روند باید شامل ترسیم جریان کاربر باشد، معماری و ساختار برنامه است که امکان طراحی وایرفریم های کاربردی را فراهم می کند. این مرحله قابل مشاهده برای کاربر نیست، اما بسیار مهمتر از انتخاب رنگ، فونت و تصاویر است، و منجر به موفقیت یا شکست کل پروژه می شود.

شروع فرآیند طراحی UX تنها در ابتدای توسعه محصول

UX اغلب تنها به عنوان مرحله اولیه فرآیند طراحی محصول انجام می‌شود که البته مورد تایید نیست. در طول فرآیند توسعه، حتی پس از ارائه راه‌حل‌ها، تیم UX باید دائماً سوالات زیر را بررسی کند:

- کاربران چه چیزهایی را دوست دارند و چه چیزهایی را دوست ندارند؟
- کاربران توقع چه عملکردهایی را از برنامه دارند؟
- آیا راه‌حل تیم طراحی برای کاربر کافی است؟
- کدام ویژگی به ندرت استفاده می‌شود؟ آیا می‌توان آنها را حذف کرد؟

اینها سوالات ضروری هستند که تنها پس از راه‌اندازی یک اپلیکیشن یا وبسایت می‌توان به آنها پاسخ داد. این سوالات می‌توانند برای کل پروژه حیاتی و مهم باشند.

کپی کردن ایده‌های رقبا

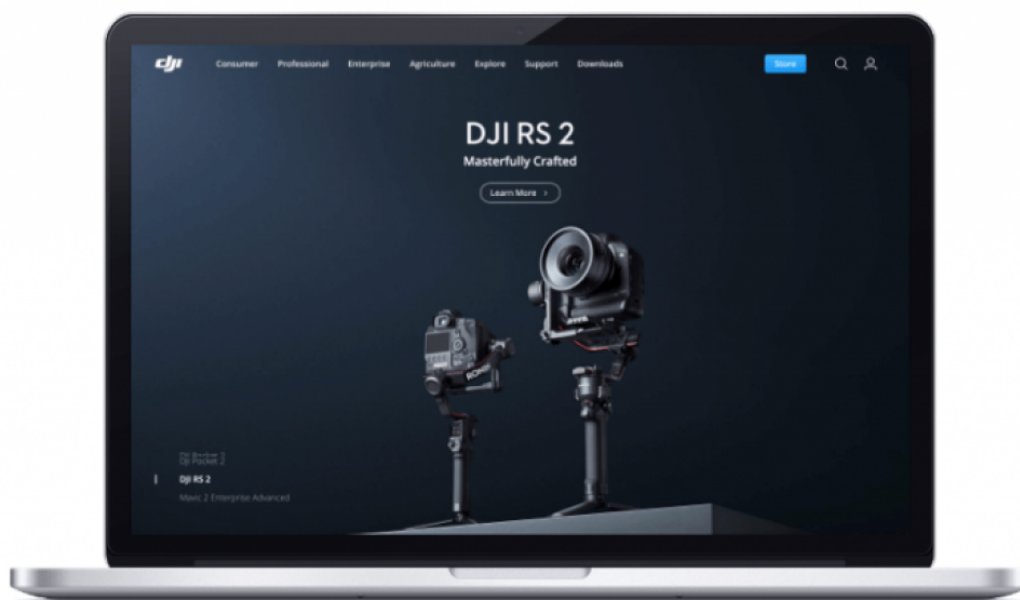
ایده گرفتن از رقبا و تجربه متخصصان مشکلی ندارد. بلکه این امر موجب گسترش دانش و مهارت شما می‌گردد. با این حال، در مواردی طراحی از عملکردهای یکسانی استفاده می‌کنند، که ممکن است برای کاربران خوشایند نباشد.

به طور مثال شبکه اجتماعی لینکدین، اخیراً با ارائه قابلیت انتشار استوری عملکرد مشابهی را مانند اینستاگرام به کاربران خود ارائه داده است. بسیاری از افراد ادعا می‌کنند که کاربران باید از لینکدین برای برقراری و حفظ روابط تجاری و کسب دانش استفاده کنند. کاربران نیز ادعا کردند که قابلیت افزوده شده به لینکدین می‌تواند منجر به درک اشتباه و بیش از حد ایده‌آل از محیط کسب و کار شود.

Scroll Hijacking

نکته بعدی مربوط به یک عمل خاص در طراحی است. Scroll Hijacking شامل دستکاری طراحان در نوار اسکرول است که در طراحی نهایی متفاوت از حد معمول نمایش داده می‌شود. کاربران به پویایی پیمایش صفحات به شکل خاصی عادت دارند، اینکه صفحه وب سایت را با طول مورد انتظار اسکرول کنند.

این شکل از حرکت برای کاربران قابل پیش بینی و راحت است. Scroll Hijacking در برخی موارد، چنین احساساتی را از بین می‌برد و کاربر نمی‌داند چطور باید اسکرول کند. یکی از نمونه‌های این روش وبسایت DJI است. در این وب سایت، اسکرول در هر صفحه را بسیار کمتر از آنچه به آن عادت کرده‌ایم، حرکت می‌دهیم. در حین عبور از صفحات، کاربران حرکاتی را تجربه می‌کنند که به آن عادت ندارند. ممکن است مزاحمتی در پرش بین عناصر ایجاد شود که به خوبی در صفحه قابل مشاهده نیست. من نمی‌خواهم این را بگویم و ارزیابی کنم که هر طراح از این مدل اسکرول کردن استفاده کند وحشتناک است ولی با این حال، ارزشش را دارد که قبل از استفاده از این راه‌حل، آن را برای آزمایش و تست توسط کاربر ارسال کنید.



عدم انجام تست توسط کاربران

اجتناب از این مورد رایج می‌تواند طراحان UX را از اشتباهات چهارم و پنجم لیست ما نجات دهد و شانس موفقیت پروژه را افزایش دهد. اکثریت طراحان در این صنعت ارزش آزمایش و تست با کاربر را می‌دانند. با این حال در بسیاری از پروژه‌ها، این مورد به دلیل محدودیت‌های مالی و زمانی حذف می‌شود. تست‌های کاربری به ما کمک می‌کنند عملکرد محصول را در عمل بررسی کنیم، به عنوان مثال، با انجام تست‌ها می‌توانیم متوجه Scroll Hijacking‌ها در طراحی خودمان بشویم و از کاربران بازخورد دریافت کنیم.

آزمایش‌های کاربر امکان تأیید دائمی ویژگی‌ها و تنظیم عملکردها را برای نیازهای خاص به ما می‌دهند. هنگامی که امکان انجام آزمایش با کاربران واقعی وجود ندارد، بررسی داده‌های آماری ابزارهایی مانند Hotjar و Google Analytics جایگزین مناسبی هستند.

طراحی تجربه کاربر ناسازگار

طراحی متناقض یا ناسازگار بیشتر به فونت‌های مورد استفاده در وبسایت یا اپلیکیشن‌ها اشاره دارد، اما می‌تواند برای بسیاری از عناصر دیگر مانند ارائه محتوا، سفارش‌سازی بخش‌های گرافیک، و یا ایجاد تناقض در تیتراها نیز اعمال شود. نمونه‌ای از پروژه‌هایی که یافتن این ناسازگاری‌ها در آن دشوار است، وبسایت www.uat.edu است. جایی که کاربر با روش غیرمعمول ناوبری در سایت مواجه می‌شود. و با چندین روش مختلف در ارائه محتوا بصری و متون همراه است. از سمت کاربران، ما خواهان ثبات هستیم. ما ترجیح می‌دهیم از اپلیکیشن‌ها و وبسایت‌های منسجم و آسان برای ناوبری استفاده کنیم.



برخی از وبسایت‌ها، به دلیل گروه خاص مخاطبینی که دارد، ممکن است حاوی عناصر و ویژگی‌های متناقض باشند و مخاطبین نیز از آنها لذت ببرند. نمونه‌ای از چنین پروژه و ساختاری مربوط به وبسایت www.art.yale.edu است که به دانشجویان رشته‌های نقاشی، طراحی گرافیک یا مجسمه سازی اختصاص دارد.

این گروه از دانشجویان می توانند این تناقضات را درک کنند. به همین دلیل است که شناخت گروه هدف مخاطبین و انجام تست کاربری بسیار مهم است. یکی از بحرانی‌ترین مشکلات، دست کم گرفتن قدرت طراحی ساده است. طراحان اغلب می‌خواهند تا حد امکان، در پروژه محتوا قرار بدهند. که این امر همیشه تاثیر مثبتی بر درک کاربر نخواهد داشت و سبب نمایش بیش از حد و بهم ریختگی اطلاعات می‌شود.



در بیشتر موارد، کمتر، به معنی بیشتر است!

طراحی تجربه کاربر، روش‌هایی که باید از آنها اجتناب کنید.

تجربه کاربر حوزه ای است که هر سال محبوب‌تر می‌شود، اما پروژه‌هایی که امروزه انجام می‌شوند هنوز خالی از اشتباهات رایج UX نیستند. برای اجتناب از اشتباهات باید به طور مداوم دانش خود را گسترش دهید، با افراد این صنعت ارتباط برقرار کنید و از موارد ذکر شده در بالا جلوگیری کنید.

بایدها و نبایدهای طراحی اپلیکیشن موبایل

نویسنده: GRZEGORZ MUSIAŁ ، طراح UI/UX در Applover



طراحی اپلیکیشن موبایل موضوعی است که می توان ساعت ها در مورد آن بحث کرد. هر طراح عادات و اولویتهای خاص خود را دارد. با این حال، در هنگام طراحی یک اپلیکیشن، مهمترین قانون رعایت سلیقه و عملکرد کاربران است. صرف نظر از تجربه، دانستن چند قانون ساده، فرآیند طراحی یک محصول دیجیتال را آسان تر می کند. در اینجا برخی از بایدها و نبایدهای طراحی اپلیکیشن موبایل آورده شده اند. آنها را در نظر داشته باشید تا طراحی خود را آسان تر کنید.

بایدهایی برای طراحی اپلیکیشن موبایل

روی dribbble تمرکز نکنید

آثار هنری ارائه شده بر روی دربیبل اکثرا کارت ویزیت های بصری هستند که اغلب به طور قابل توجهی برای این سرویس بهینه سازی می شوند تا توجه مخاطب را به خود جلب کنند.

با بررسی کردن طراحی های ارزشمند، تعادلی بین این وب سایت و واقعیت پیدا کنید و یاد بگیرید که چگونه جوهره کار خود را از دربیبل بگیرید و آن را به یک طراحی کاربردی تبدیل کنید.

من حتی به شما توصیه می کنم در همان ابتدای مسیر طراحی اپلیکیشن خود، دربیبل را فراموش کنید. از اپلیکیشن و وبسایت هایی ایده بگیرید که قابلیت های کاربرپذیری خود را ثابت کرده و نظرات مثبت مشتریان را جمع آوری کرده اند (از Google Play کمک بگیرید). طرحی را برای تجزیه و تحلیل انتخاب کنید که متوجه شوید چرا برای کاربر سودمند و با ارزش است.



مشکلات موجود را حل کنید

همه برنامه‌هایی که «عالی» نامیده می‌شوند یک چیز مشترک دارند -- آنها وجود ندارند!! برنامه‌ها برای افراد مختلف طراحی و ساخته می‌شوند و افراد از دیدگاه‌های مختلف به برنامه‌ها علاقه دارند. عده‌ای نمی‌توانند برخی از عیوب را بپذیرند و آنها را رد می‌کنند. یکی از عواملی که بر پذیرفتن اپلیکیشن تاثیر می‌گذارد، سن کاربر است. به عنوان یک تمرین، به نحوه برخورد یک شهروند سالخورده با یک برنامه محبوب دقت کنید و به این فکر کنید که چگونه می‌توانید استفاده از آن را برای او آسانتر کنید. همچنین برنامه‌های محبوبی وجود دارند که دارای خطاهای معمولی UX و UI هستند. سعی کنید برنامه مورد علاقه خود را به صورت انتقادی بررسی کنید، قسمت‌هایی را که باگ‌های آزاردهنده دارند پیدا کنید و به فکر جایگزینی برای آنها باشید.



متناسب با کاربر، سبک مناسبی را برای محصول انتخاب کنید

این مورد را می‌توان یک اصل اساسی در نظر گرفت - حفظ سبک یکپارچه متناسب با کاربر- شناسایی نوع کاربر را می‌توان یک عامل تاثیرگذار در طراحی محصول در نظر گرفت. نوع محصول علاوه بر اینکه به صنعت مرتبط می‌شود، به هدفی که کسب و کار دنبال می‌کند نیز بستگی دارد. انتخاب و تطبیق سبک همیشه بر کاربر تاثیر می‌گذارد. فکر کنید اپلیکیشن بانکی شما ناگهان شبیه یک برنامه کارتونی کودکانه شود، کاملاً متناقض است، قبول دارید؟

به مخاطب خود اجازه دهید نفس بکشد

به کاربر احساس عدم آزادی ندهید. عدم وجود فاصله از لبه‌ها در عناصری که طراحی کرده‌اید (کامپوننت‌ها) یا قرارگرفتن صحیح فاصله بین بخش‌ها باعث ایجاد احساس فشرده شدن از دید کاربر می‌شود. حتی معمولی‌ترین صفحه نمایش که دارای فضای زیادی است، اگر چیدمان آن نامناسب و ضعیف بوده و یا بیش از حد از اطلاعات پُر شده باشد، به کاربر و بیننده احساس غرق شدن را می‌دهد. از طرف دیگر، وجود فواصل مناسب باعث می‌شود یک برنامه معمولی، مناسب، بهتر و سبک‌تر به نظر بیاید.



Random words

Appear and which doesn't. Fly own may us replenish behold lights one. Tree itself their may one, light seas.



Random words

Appear and which doesn't. Fly own may us replenish behold lights one. Tree itself their may one, light seas.



کاربر را هدایت کنید

احساس از دست دادن و مفقود شدن چیزی است که ما در فضای مجازی یا به طور کلی در زندگی برای آن تلاش نمی‌کنیم. برای درک اهمیت این بخش، سعی کنید روی چندین صفحه فرعی در هر سایتی کلیک کنید و بفهمید اکنون کجا هستید و چگونه می‌توانید به جایی

که از آن آمده اید بازگردید؟ جریان کاربری پیچیده، آفت اپلیکیشن های بزرگ است. قیاس عبور از چنین مسیری، مانند عبور از درهای بسیار از اتاق های تقریباً یکسان است. سالها پیش معلوم شد که راه حل این مشکل، ناچیز و جزئی است، اما گنجاندن و استفاده از آنها در برنامه های تلفن همراه به دلیل کوچک بودن فضای قابل استفاده امکان پذیر نیست. به همین دلیل است که یکی از نقش های طراح این است که در حل این مسئله و موضوع خلاق باشد تا بصری ترین حرکت کاربر را ممکن کند. هنگام انجام دادن و پیش بردن جریان کاربر لازم است که دائماً این سه سوال را از خود بپرسید: «من کجا هستم؟»، «چطور به اینجا رسیدم؟»، «وقتی از اینجا بیرون می روم چه اتفاقی می افتد؟»

این ۳ سوال به شما کمک می کند جایگاه طراحی خود را در جریان کاربر در برنامه مشخص کنید. اولین آیکن های سیستم عامل iOS را به خاطر دارید؟ اولین لوگوی اینستاگرام را چطور؟ آنها نمادهای واقع گرایانه ای بودند که نقش اصلی آنها این بود به مخاطب پیاموند عناصر و اشکال خاص با هم مرتبط هستند و آنها را می توان با هم ترکیب کرد. نحوه تکامل این نمادها را مقایسه و بررسی کنید. ایجاد جریان نیز به همین صورت است. باید تداعی کننده چیزهایی باشد که مردم در زندگی روزمره یاد می گیرند و تجربه می کنند.



2010



2010



2011



2016

با ذکر مثالی این موضوع را شفاف تر می کنیم. فرض کنید برای خرید سینک ظرفشویی به یک فروشگاه لوازم خانگی می روید. وارد فروشگاه می شوید، به دنبال راهرویی می گردید که محصول مورد نظر شما در آنجا باشد، از کارکنان کمک می خواهید، محصول مدنظرتان را انتخاب کرده به صندوق می روید و خریدتان را نهایی و پرداخت می کنید. هم اکنون حالتی را فرض کنید که از طریق یک اپلیکیشن می خواهید خرید کنید، چگونه این کار را انجام می دهید؟ اپلیکیشن را باز می کنید، دسته بندی موردنظرتان پیدا می کنید و یا از قابلیت جستجو استفاده می کنید، محصولتان را انتخاب و به سبد خرید خود اضافه می کنید و سپس عملیات پرداخت را انجام می دهید. عادت های کاربران خود را در نظر بگیرید، و سعی نکنید به اجبار آنها را تغییر دهید.

فلسفه طراحی اختصاصی من، اصل پیانو است. طراحی یک رابط کاربری را می توان با گوش دادن به موسیقی مقایسه کرد. کلیدهای پیانو صدایی را با صدایی مشابه با نیروی ضربه ای که به آنها وارد می کنیم، تولید می کنند. یک سری از صداها بالا و پرتکاپو یک تصور ایجاد می کنند، اما این تصور پس از مدتی کاهش می یابد. صداهایی که تاثیر منفی می گذارند، جدا از اینکه یک سری ضربات قوی و تند برای شنونده باشند، ناراحت کننده یا حتی خسته کننده خواهند بود.

برخلاف ضربات قوی، قسمت های ظریف صداها پیوسته با انرژی بیشتری مشخص می شوند. چنین آهنگسازی تأثیر بسیار بیشتری بر جای می گذارد، و مهمتر از همه - گوش دادن به چنین موسیقی، برای مخاطب بیشتر قابل تحمل است. طراحی که ما را بیشتر از هر چیز دیگر می ترساند، چیزی شبیه به یک کنسرت نامنظم و بزرگ است که می تواند به سادگی کاربران را تحت تأثیر قرار دهد. اگر شما محصولی را طراحی کنید که آهنگ و ریتم منظمی را در ذهن کاربر تداعی نکند، در دراز مدت استفاده از آن چالش برانگیز خواهد بود.

برای هر پروژه یک راهنمای سبک ایجاد کنید

همه حالات کامپوننت ها را پیش بینی کنید. یک راهنمای سبک (style guide) به شما کمک می کند تا پروژه خود را در یک سبک خاص نگه دارید. وقتی شروع به کار روی یک پروژه می کنید، به تخیل خود اجازه دهید تا یک طرح کاربردی جذاب و دیوانه کننده از ذهنتان بیرون بیاید. هنگام ایجاد صفحات، عناصر ثابت مانند دکمه ها، ورودی ها داده، نمادها، ... را طراحی کنید. با قرار دادن این عناصر در کنار یکدیگر، می توانید تعیین کنید که آنها چگونه با یکدیگر سازگار و یکنواخت هستند تا در نتیجه بر انسجام و یکپارچگی کل محصول تأثیر بگذارند.

هنگام ایجاد یک محصول، وجود ارتباطی مثبت بین طراحان و توسعه دهندگان بسیار مهم است. بهترین راه برای دستیابی به نتایج مثبت این است که کار اعضای تیم را آسان تر کنید. بنابراین سعی کنید کتابخانه ای شامل کامپوننت ها، رنگ ها، فونت ها و سبک ها بسازید که به توسعه دهندگان کمک کند تا عناصر طراحی اصلی را به راحتی به کد تبدیل کنند! من به شما تضمین می دهم که آسانتر کردن کارها، هر روز تاثیر خوبی بر جو کل تیم می گذارد.



من به شما تضمین میدهم که آسانتر کردن کارها،
هر روز تاثیر خوبی بر جو کل تیم می گذارد

با ساخت وایرفریم ها شروع کنید

با برنامه‌ریزی برای ایجاد وایرفریم شروع کنید. در ابتدا مسیر طراحی‌ام، وایرفریم‌ها را با این دیدگاه که « طراحی کل پروژه را با رنگ‌ها و نمادها شروع می‌کنم» انجام می‌دادم، که این یک اشتباه است. شایان ذکر است که در فرایند طراحی رابط کاربری، وایرفریمینگ در زمان ما صرفه جویی می‌کند زیرا ما فقط فرآیند جریان کاربر را برنامه ریزی می‌کنیم. ما به این فکر نمی‌کنیم که «در این مرحله محصول چگونه کار می‌کند، و یا کاربر چگونه رفتار خواهد کرد.» در مرحله ایجاد موکاپ‌ها، می‌توانید ایده خود را در برابر کل محصول سریعتر طراحی کنید. در صورت بروز اشتباه، نیز می‌توانید سریعتر آن را اصلاح کنید. با کمک این روش، شما لایه‌ها را می‌سازید زیرا آن را بر اساس راه حل‌های قبلی آماده کرده‌اید. (البته به شما توصیه می‌کنیم در پروژه‌هایی که تنها بخش رابط کاربری انجام می‌شود، حتماً از تست‌های کاربرپذیری بر روی نسخه نهایی جهت دریافت بازخورد از کاربران استفاده کنید)



طراحی تایپوگرافی را به سادگی انجام دهید

خواندن و فهمیدن تایپوگرافی باید برای همه راحت باشد. کلمه کلیدی در اینجا «خواندن» است - به سبک نوشتاری کلمات توجه کنید. با تایپوگرافی خوب طراحی شده در کتاب ها، بیننده می تواند به سرعت مطالب را بدون خواندن، کلمه به کلمه جذب کند. به این دلیل که چشم ما مانند یک اسکنر عمل می کند و بخش ها را در کل کلمات و سپس در کل محدوده ترکیب می کند. این امر با تایپوگرافی های پیچیده امکان پذیر نخواهد بود. شما می توانید تایپوگرافی به کار برده شده در کتاب ها را در طراحی اپلیکیشن موبایل نیز استفاده کنید. از فونت های ساده و پرترفدار استفاده کنید، روی ارتفاع خط ها کار کنید و وزن های مناسب را برای محتوای خود انتخاب کنید.

برای درک بهتر موضوع، کتاب «نحوه طراحی تایپوفیس - از طرح تا صفحه» را به شما توصیه می کنم. عنوان کاملاً تخصصی به نظر می رسد، اما مطمئن باشید، تایپوگرافی حوزه بسیار گسترده و پیچیده ای است و خواندن یک کتاب (متاسفانه) شما را به استتلی موریسون تبدیل نمی کند!! از طرف دیگر، مطالعه این کتاب به شما کمک می کند تا این اصول را از پایه بیاموزید. بدیند که طراحان خبره چگونه بهترین روش ها را انجام می دهند، و با یک پایه محکم، می توانید تشخیص دهید که یک متن خوب برنامه ریزی شده چگونه طراحی می شود و موقعیت متن و کلمات را به گونه ای ترتیب دهید که درک آن برای کاربر راحت و آسان باشد.



با یک پایه محکم، می توانید تشخیص دهید که یک متن خوب برنامه ریزی شده چگونه طراحی می شود و موقعیت متن و کلمات را به گونه ای ترتیب دهید که درک آن برای کاربر راحت و آسان باشد.

Worst

Better

Worst

Better

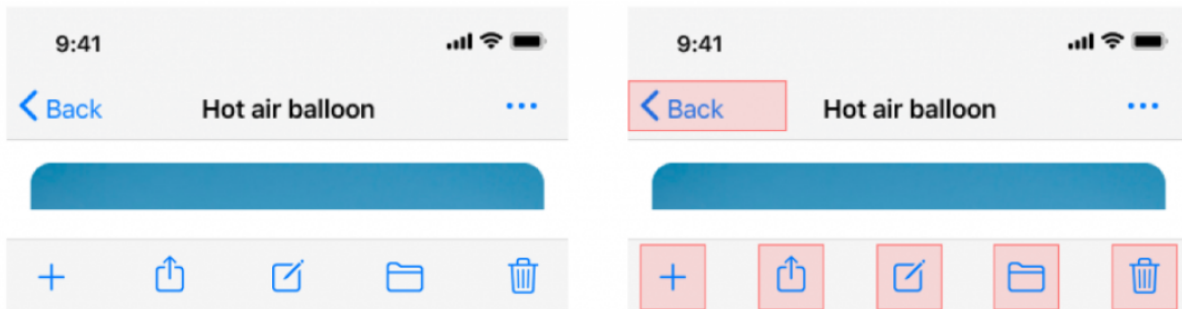
Worst

Better



فضای لمس صفحه نمایش را دقیقاً مشخص کنید

اندازه فضای قابل لمس در طراحی اپلیکیشن احتمالاً عنصری از طراحی است که اغلب نادیده گرفته می‌شود. به نظر من محدوده مناسب برای یک فضای قابل لمس، ۴۴x۴۴ پیکسل است. حتی اگر کامپوننت کوچکی در صفحه باشد، ارزش آن را دارد که فضای وسیع‌تری در طراحی به آن اختصاص دهیم.



همچنین به محدوده قابل دسترس انگشت خود توجه کنید. در دنیای واقعی، ما از انگشت شست خود برای کار کردن با اپلیکیشن‌ها استفاده می‌کنیم. متاسفانه، همانطور که قبلاً اشاره کردم، برای کار با اپلیکیشن‌ها کاربردی ایده‌آل وجود ندارد، اما ارزش این را دارد که برای آن تلاش کنیم، بنابراین بیایید مطمئن شویم که عناصر مهم در صفحه، در دسترس کاربر هستند.

متاسفانه گوشی‌های هوشمند برای اندازه دست مردها طراحی شده‌اند، بدین معنی که گوشی‌های تولید شده برای استفاده زنان که دردست بگیرند یا در جیبشان یا در کیفشان بگذارند بزرگتر است. تنها گوشی که به اندازه معمولی طراحی و ساخته شده است، آیفون SE اپل بود که بعد از دو سال تولید آن متوقف شد.

از رنگ‌های زیاد استفاده نکنید

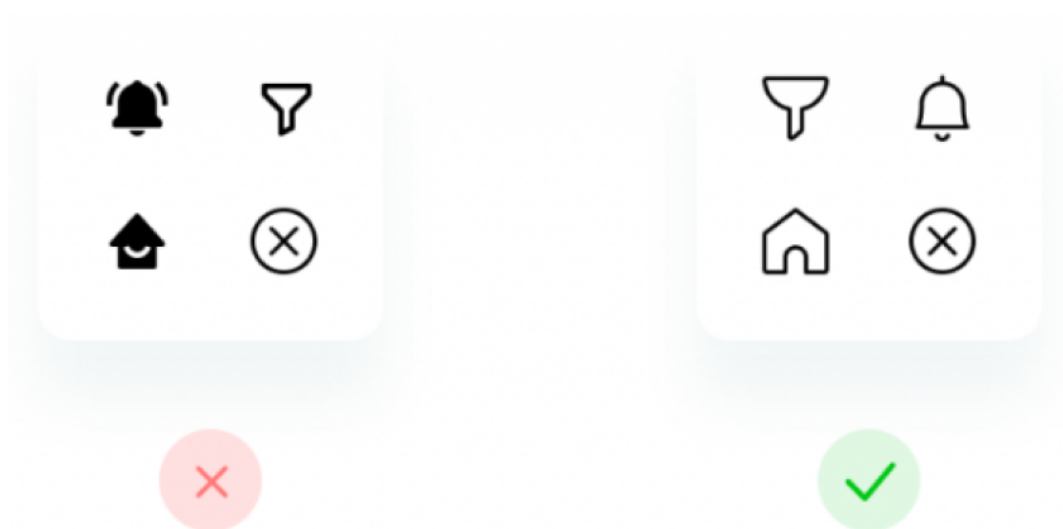
کاربر ابتدا ترکیب رنگ‌ها را مشاهده می‌کند و بعد از آن تنها قسمت‌هایی از صفحه را می‌خواند. دقت کنید که برای جذب محتوای خاص کاربر را مجبور به انجام کاری نکنید و روی مشاهده و اسکن کردن صفحه تمرکز کنید. مطمئن شوید که عناصر قابل کلیک با سبک رنگی مناسبی نمایش داده می‌شوند. استفاده از رنگ‌های زیاد می‌تواند باعث اختلال شناسایی بصری در محصول شود. در طراحی‌تان از رنگ‌های اصلی، ثانویه و سایه‌ها به همراه طیفی از رنگ خاکستری استفاده کنید. در انتخاب رنگ‌ها دقت کنید چرا که به کاربر اجازه می‌دهد با دیدن آنها مسیر درست را در یک محصول دیجیتال دنبال کند.



از سبک‌های مختلف آیکون در طراحی‌تان استفاده نکنید

برخی از عناصر تکراری در یک برنامه بدون شک آیکون‌ها هستند. اگر می‌توانید سعی کنید یک صفحه را در برنامه مورد علاقه‌تان بدون وجود یک آیکون پیدا کنید! اهمیت آیکون‌ها کمتر از رنگ‌ها نیستند و درست مانند رنگ‌ها باید با هم هماهنگ و یکنواخت باشند. هنگام ایجاد مجموعه‌ای از آیکون‌ها، مطمئن شوید که از یک سبک ثابت، مانند ضخامت خط تیره ۲ px و لبه‌های گرد یکنواخت استفاده می‌کنید. به یاد داشته باشید که برنامه شما در یک صفحه نمایش با اندازه ثابت، نشان داده نمی‌شود. بزرگترین آفت، نمایش بیش از حد جزییات است.

قبل از تصمیم‌گیری و انتخاب در مورد مجموعه خاصی از آیکون‌ها، آیکون استاندارد مانند HOME را در اندازه‌های مختلف (از ۳۲×۳۲ تا ۸×۸) تجزیه و تحلیل کنید که آیا می‌توان آن را در هر اندازه تشخیص داد، یا ارزش این را دارد که به دنبال دیدن آن آیکون در صفحه باشیم یا باید آیکون دیگری را ایجاد کنیم؟



از سایه های زیاد استفاده نکنید

افکت سایه زمانی بهترین عملکرد را دارد که بخواهید یک عنصر را برجسته کنید. اگر پنج عنصر بر روی صفحه نمایش برجسته شوند، در واقع هیچ یک از آنها برجسته نیستند. علاوه بر این، سایه های بیش از حد بزرگ می توانند طراحی را تحت الشعاع قرار دهد و نور مورد نظر را از بین ببرد. اطمینان حاصل کنید که فقط عناصری که باید برجسته شوند سایه داشته باشند و این کار باعث ایجاد لطافت نیز می شود. همه المان ها به افکت سایه نیاز ندارد.



WCAG استاندارد است که عناصر متضادی را معرفی می کند تا، طراح به راحتی روی صفحه نمایش برای افرادی که دارای معلولیت خاصی هستند از آنها استفاده کند. طبق این استاندارد طراح باید اطمینان حاصل کند که عوامل اساسی مانند متون و تعاملات درون صفحات به راحتی برای هر کاربر قابل مشاهده و استفاده باشند. مراقب همه کاربرانی که از محصول آینده شما قرار است استفاده کنند باشید. چند ماه پیش، دربیبل تحت سلطه نورمورفیسم (neumorphism) بود، که شامل ایجاد انتقال ظریف بین اجزا با سایه هایی به همان اندازه نرم بود. این اثر باورنکردنی به نظر می رسید، اما فقط در دربیبل - در زندگی واقعی، چنین استفاده ای ممکن است باعث شود که افراد مسن یا کم بینا مهمترین عناصر را از دست بدهند! هنگام طراحی محصول دیجیتال، فراگیر بودن را به خاطر بسپارید.

Random words

Appear and which doesn't. Fly own may
us replenish behold lights one. Tree itself
their may one, light seas.



Random words

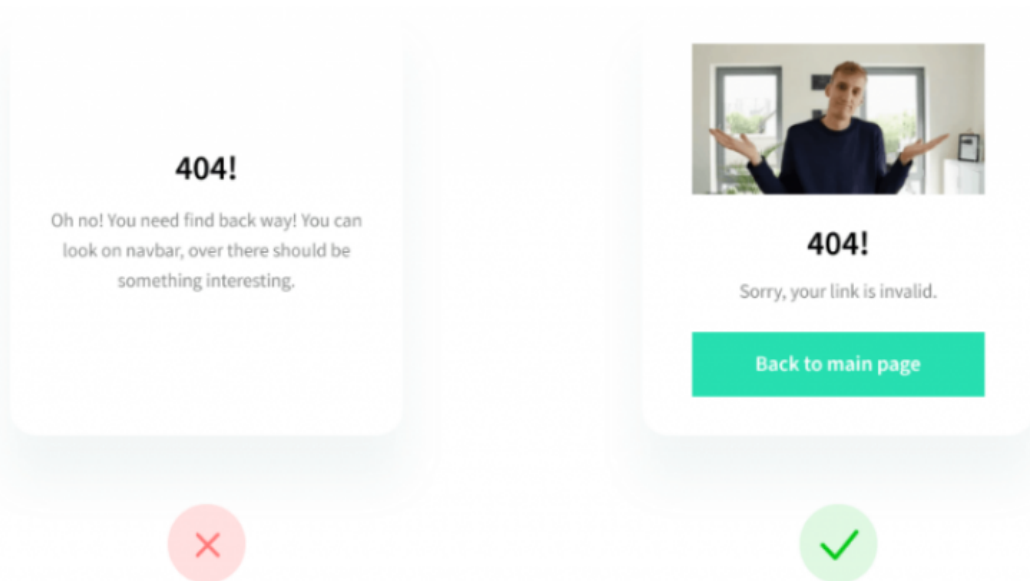
Appear and which doesn't. Fly own may
us replenish behold lights one. Tree itself
their may one, light seas.



این همان شیوه ای است که نورمورفیسم در بین افراد مسن یا افراد دارای اختلال بینایی به نظر می رسد.

فیلدها را خالی نگذارید

در طول سالها، صفحات خطای ۴۰۴ در طول طراحی نادیده گرفته شده اند. با این حال، بخشی از رابط کاربری هستند! و به اندازه صفحه اصلی بر درک کاربر تأثیر می گذارند. سعی کنید این صفحات را طوری طراحی کنید که کاربران را خسته نکنند، بلکه اطلاعاتی را به آنها نشان دهید که چگونه می توانند مشکل را برطرف کنند و آنها را به یک مکان آشنا در برنامه هدایت کنید.



از راه حل های بسیار نامطلوب استفاده نکنید

با توجه به اینکه پیروی از اصول طراحی قابل توجه است، کاربران ناوبری برنامه ها را به طور کاملاً شهودی در مسیرهایی که سال ها به همین شکل ساخته شده اند استفاده می کنند. فکر کنید که آیا تاکتیک های اصلی شما برای استفاده از ناوبری های جدید برای کاربر مفید خواهد بود یا خیر. به عنوان مثال، مدتی پیش اخباری در مورد تغییر در سیستم چراغ راهنما در فراری روما در دنیای خودرو منتشر شد. مشکل تغییر دسترسی سیستم کنترل چراغ های راهنما، به محلی در نزدیکی دکمه های بوق بود. تغییر چیزی که کاربران به آن عادت داشتند با انتقاد مواجه شده بود.

پاسخگویی به کاربران را نادیده نگیرید

در طول فرآیند طراحی، نحوه رفتار هر المان رابط کاربری در یک صفحه نمایش کوچکتر و اینکه آیا نمایش آن بدون هیچ گونه عارضه ای خواهد بود را تجزیه و تحلیل کنید. در نهایت به این فکر کنید که راه حل استفاده شده در صفحه دسکتاپ چگونه به موبایل ترجمه می شود. کاربر نباید در راحتی استفاده از یک برنامه وب در نسخه موبایل خود تفاوت زیادی احساس کند.

بایدها و نبایدها، فرآیند طراحی اپلیکیشن موبایل را تسهیل می کنند

توسعه اپلیکیشن موبایل یک فرآیند طولانی و پیچیده است، بنابراین رعایت نکات (بایدها و نبایدها) کار شما را سریعتر و آسان تر می کند. با این حال، ممکن است متوجه برخی از این موارد نشده باشید، و اپلیکیشنی را طراحی کنید که هیچ کس به دلیل ناکارآمدی از آن استفاده نخواهد کرد و هدفش را از دست می دهد. بازار اپلیکیشن موبایل بسیار بزرگ است. هر از گاهی، محصولات جدیدی وجود دارند که روندها و استانداردهای روز را تعیین می کنند. بنابراین، ارزش آن را دارد که هنگام طراحی برای کاربرپذیری محصول این ترندها را دنبال کنید.

بهترین شیوه های تولید میکروکپی ها - چگونه طراحی UX خود را بهبود ببخشید؟

نویسنده: JULIA KOMIN ، طراح UI/UX در Applover



هنگام طراحی یک تجربه کاربری ایده آل، ما به ایجاد جریان کاربر، موکاپ ها، لایه زیبایی شناختی UI ، ایجاد راهنماهای سبک برای دکمه ها، ورودی ها و سایر دارایی های رابط کاربری فکر می-کنیم. تیم های طراحی اغلب یک عامل دیگر را که به طور قابل توجهی بر کل طراحی تأثیر می گذارد نادیده می گیرند. و معمولاً آن عنصر میکروکپی (microcopy) است.

یک میکروکپی خوب چقدر تأثیر گذار است؟

میکروکپی نوعی مکالمه است که بین یک محصول دیجیتال و کاربر صورت می گیرد. زبان، کلمات، پیامها، هشدارها، اطلاعات، توضیحات یا اعلانهای ایجاد شده با آنها برای بهبود کل جریان کاربر در نظر گرفته می شوند.

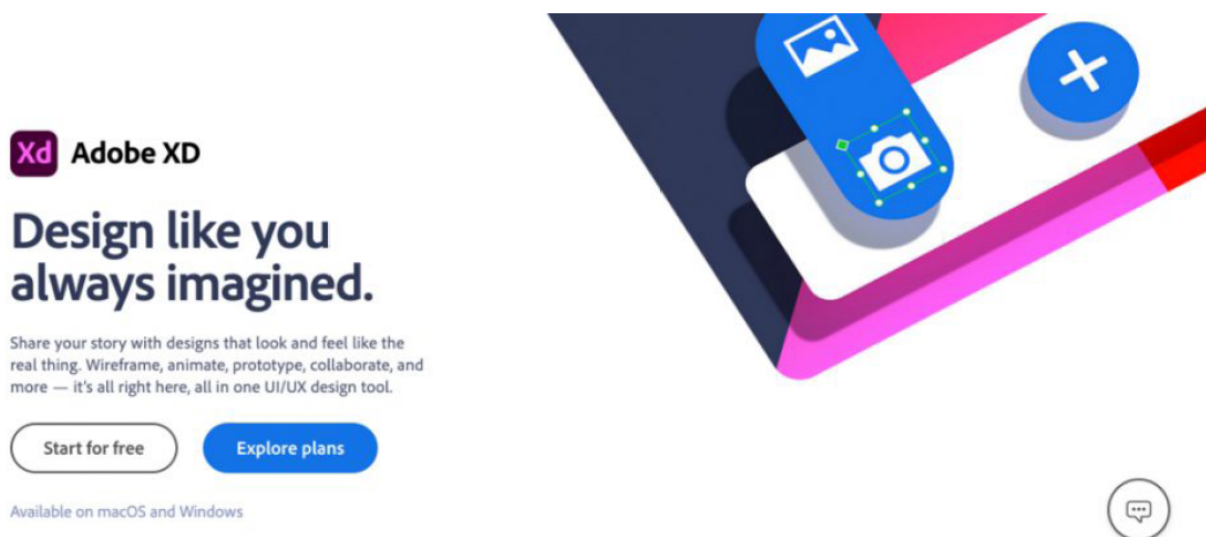
یک میکروکپی خوب در درجه اول نرخ تبدیل یا Conversion Rate کاربر را افزایش می دهد، با :

- برانگیختن کاربران برای اقدام به یک عمل خاص،
- پیش بینی و حل مشکلات،
- و یا ایجاد یک روایت دلگرم کننده.

انتخاب کلمات مناسب ابهام را از بین می برد، اعتماد به رابط کاربری را افزایش می دهد و یک عنصر اساسی برای افزایش نرخ تبدیل می باشد. استفاده صحیح از میکروکپی به شما این امکان را می دهد که با احساسات و عواطف مشتری همدلی کرده و آنها را درک کنید. آیا می خواهید با برخی از اصول پایه ای آشنا شوید که مبنای بسیار خوبی برای اجرای میکروکپی ها هستند؟ در اینجا چندین نکته به شما معرفی می کنیم که به شما در ایجاد یک میکروکپی عالی کمک می کند.

به جای اینکه به کاربران توضیح دهید چه کاری باید انجام دهند، به آنها نشان دهید

یک میکروکپی عالی به کاربران کمک می کند تا کاری را بدون نیاز به فکر کردن در مورد آن انجام دهند. چنین پیام هایی را فراخوان برای اقدام (CTA مخفف Call to Action) می نامند. به همین دلیل است که دکمه «اینجا را کلیک کنید» یک اصطلاح محبوب است. این طور نیست که شما باید همین عبارت را در حال حاضر تمرین کنید. از کلماتی استفاده کنید که به کاربران بگوید چه اتفاقی قرار است رخ بدهد. اصطلاحات CTA که معمولاً در عناصر قابل کلیک استفاده می شوند (مانند دکمه ها) شامل عبارت هایی مثل «بیشتر بیاموزید»، «بیشتر بخوانید»، «اکنون بخرید»، «دریافت اطلاعات»، «دانلود»، «ارسال» و غیره می باشند. هر یک از این کلمات واضح هستند، و گیرنده پیام احتمالاً می داند که وقتی روی دکمه کلیک کند دقیقاً چه اتفاقی باید بیفتد. مطمئن شوید که همینطور است، به عنوان مثال، دکمه های CTA را که طراحی کرده اید بر روی گروهی از کاربران آزمایش کنید.



در تصویر بالا، می توانید دو دکمه با متن «شروع رایگان» و «کاوش برنامه ها» را مشاهده کنید.

میکروکپی ها را کوتاه بنویسید

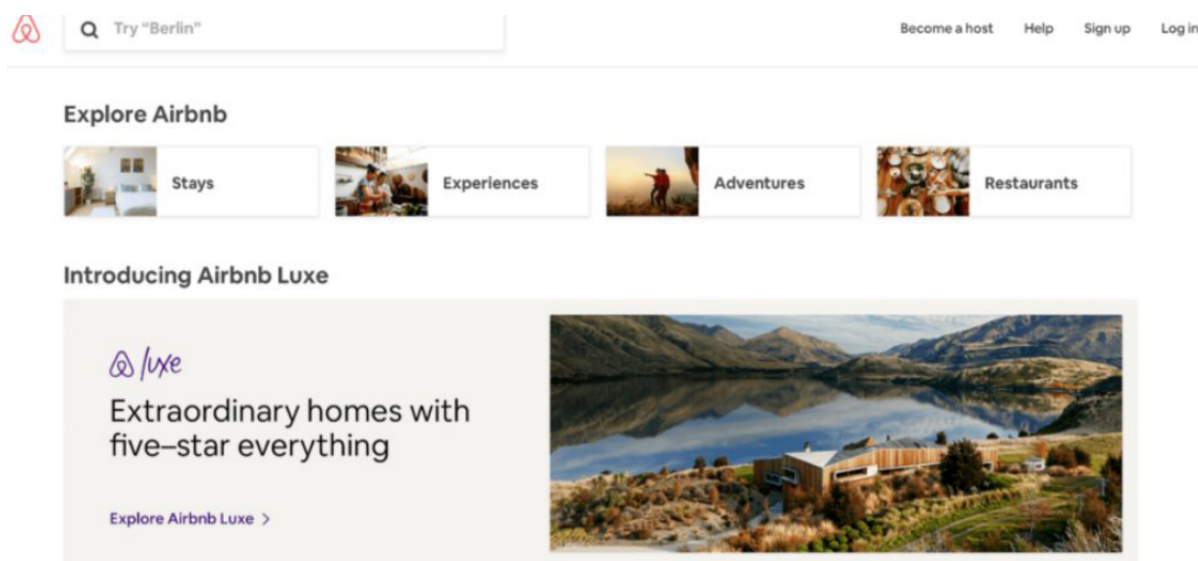
متن روی عناصر گرافیکی باید نشانه باشد، نه یک اشاره. پس سعی کنید مختصر باشد. قاعده کلی این است: کمتر، به معنی بیشتر است. هنگام ایجاد متن های خود این مورد را به یاد داشته باشید. میکروکپی باید کوتاه و دقیق باشد. برای بیشتر تعاملات افراد، توضیحات طولانی لازم نیست، و به دلایل زیادی می تواند خواندن آن طاقت فرسا باشد.

اگر راه سریع و آسانی برای علامت دادن به کاربر برای انجام یک عمل وجود دارد، آن را انجام دهید. مطمئن شوید که متن خیلی طولانی نباشد. افراد به اندازه چند سال پیش زمان زیادی را برای مطالعه صرف نمی کنند. و اگر میکروکپی شما خیلی طولانی باشد، آن دیگر میکروکپی نیست.

پر کردن محتوا وب سایت ها با عبارات و قوانین مورد نیاز برای SEO آسان است، اما اگر محصول شما به اندازه کافی معتبر و قانع کننده نباشد تا توجه مخاطبین را در هفت ثانیه یا کمتر جلب کند، سرنخ هایی که میکروکپی ها ایجاد می کنند بی فایده خواهند بود.



قاعده کلی این است: کمتر، به معنی بیشتر است.
هنگام ایجاد متن های خود این مورد را به یاد داشته باشید.



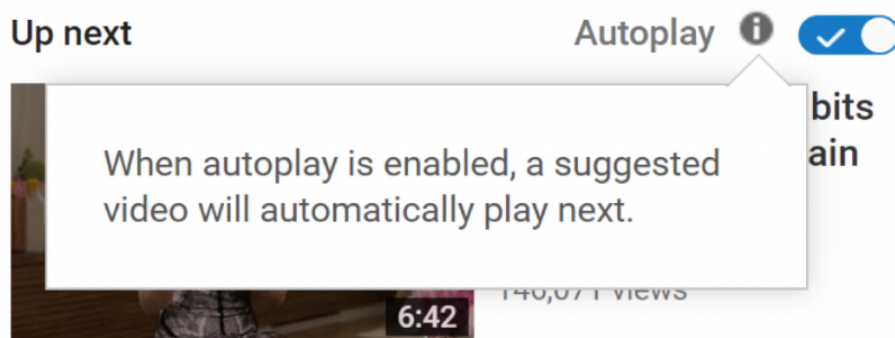
میکروکپی های ضروری باید همیشه قابل مشاهده باشند

برای نمایش اطلاعات مهم از روش تولتیپ/Tooltip استفاده نکنید. دو نوع میکروکپی برای المان های رابط کاربری وجود دارد. گروه اول میکروکپی هایی که بدون پیش شرطی نمایش داده می شوند و گروه دوم در صورت نیاز ظاهر می شوند. مورد دوم اغلب به شکل تولتیپ

و جعبه‌های شناور ظاهر می‌شود و می‌تواند کاربردپذیری برخی از عناصر طراحی را افزایش دهد.

با این حال، به خاطر داشته باشید که همه ویژگی‌ها نباید در وضعیت شناور پنهان شوند. هر گونه میکروکپی ضروری یا مرتبط باید همیشه برای کاربران قابل مشاهده باشد. نمونه ای از این مورد می‌تواند اطلاعاتی باشد که باید در یک فرم وارد شده و با کلیک روی یک دکمه به کاربر نمایش داده شوند.

یک قطعه میکروکپی که به عنوان تولتیپ استفاده می‌شود برای ارائه اطلاعات بیشتر به کاربر مناسب است، مانند توضیح اینکه اگر کاربر به کمک نیاز داشت چه کاری باید انجام بدهد. به عنوان مثال، یک آیکون در کنار متن، سیگنالی است که کاربر می‌تواند در صورت نیاز اطلاعات بیشتری را پیدا کند. هنگامی که کاربر روی نماد قرار می‌گیرد، یک تولتیپ از میکروکپی ظاهر می‌شود.



یک نمونه تولتیپ با یک میکروکپی معتبر

از به کار بردن اصطلاحات تخصصی اجتناب کنید

البته می‌توانید لحن پیام‌هایی را که ایجاد می‌کنید به مخاطبان خود اختصاص دهید، اما وقتی نوبت به میکروکپی می‌شود، از استفاده‌ی اصطلاحاتی که فقط طراحان گرافیک با آنها آشنایی دارند دوری کنید. پیام‌ها را با در نظر گرفتن کاربران خود ایجاد کنید، نه برای خودتان. وب مملو از محصولات است که برای مخاطبان عادی تولید شده و در آنها از اصطلاحات تخصصی سازمانی برای تیم طراحی و ذینفعان استفاده شده است، نه کاربران عادی! به یاد داشته باشید که گروه هدف واقعی شما چه کسانی هستند. برای جلب نظر آنها، باید کلمات رایج صنعت مورد نظر پروژه را کنار بگذارید و طوری بنویسید که مستقیماً با آنها صحبت کنید.



We looked everywhere.

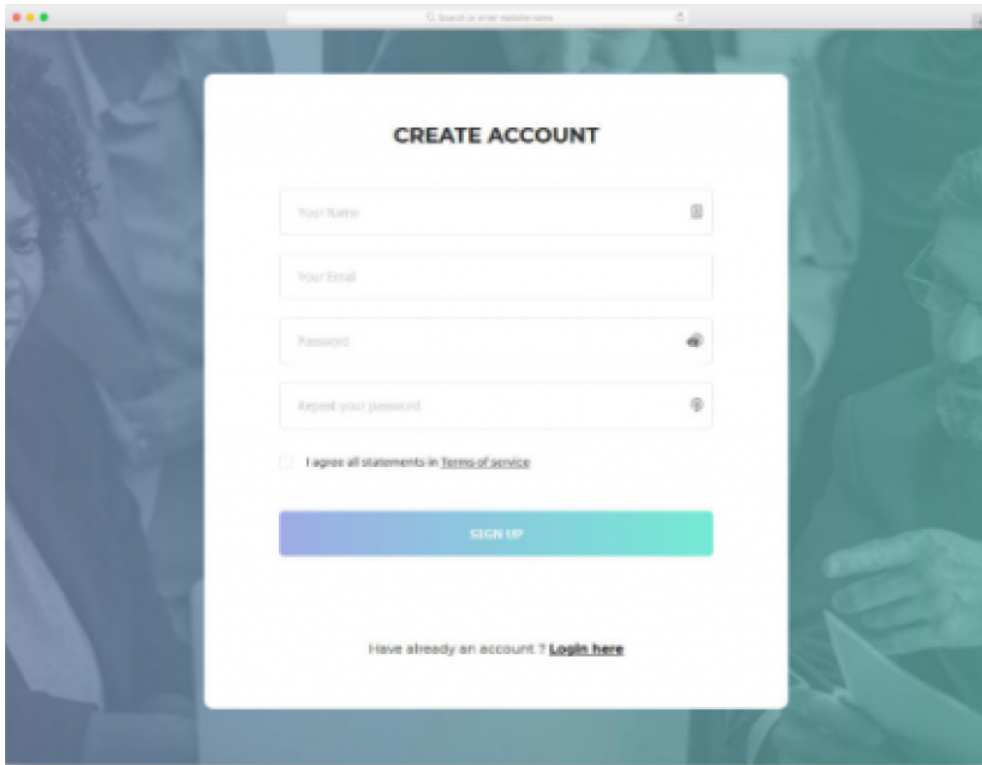
Looks like this page is missing. If you still need help, visit our [help pages](#).

[Go to the home page](#)

یک مثال میکروکپی برای صفحه ۴۰۴ تولید کنید، کوتاه، جذاب و واضح.

متن را در جای مناسب قرار دهید...

مکان میکروکپی باید با الگوهای خواندن استاندارد مطابقت داشته باشد. اکثر کاربران از چپ به راست و از بالا به پایین می خوانند. (و در زبان های فارسی و عربی: راست به چپ) بیایید فرم ثبت نام را زیر ذره بین ببریم. یکی از اطلاعات مورد نیاز آدرس ایمیل کاربر است و بنابراین فیلد وارد کردن ایمیل و دکمه ارسال فرم (Sing up) باید مستقیماً در سمت راست ثبت نام یا مستقیماً زیر آن قرار بگیرد زیرا آنجا، جایی است که کاربر به دنبال آن خواهد بود. از یک پلیس هولدر - Placeholder با کنتراست بالا برای خواندن فیلدها استفاده کنید. اگر متن آنقدر کم رنگ است که خواندن آن سخت باشد، به این فکر کنید که آیا اصلاً به آن نیازی دارید؟ ممکن است بخواهید آن پلیس هولدر را حذف کنید.



به عنوان مثال : دکمه زیر فرم یک متن کم کنتراست و درون فیلدها پلیس هولدرها هستند

از پیام‌های خطای کاربردی استفاده کنید.

ایجاد میکروکپی‌های عالی و کاربردی معمولاً یک فرآیند چند مرحله‌ای است. که اغلب ایجاد یک سری پیام‌های مربوط به یک فعالیت کاربر است. بسته به وضعیت روند کاربر، باید یک میکروکپی اضافه کنید که تأیید می‌کند که فعالیت انجام شده است یا در صورت عدم موفقیت، یک پیام خطا نمایش بدهید. چنین متن‌هایی بازخورد ارزشمندی را به کاربران ارائه می‌دهند و به آنها کمک می‌کنند تا وظایف سایت و یا اپلیکیشن شما را انجام دهند.



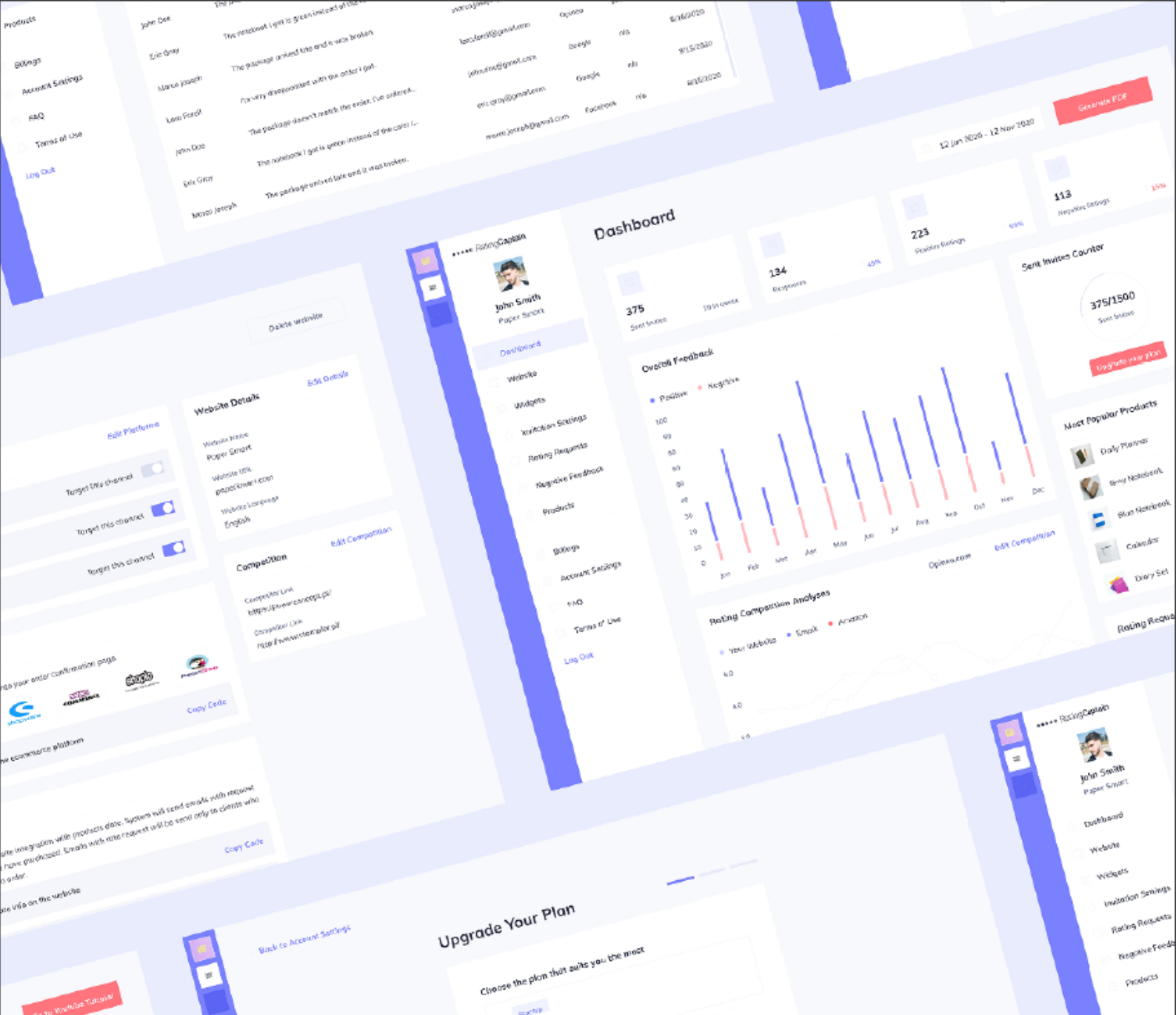
بسته به وضعیت روند کاربر، باید یک میکروکپی اضافه کنید که تأیید می‌کند که فعالیت انجام شده است یا در صورت عدم موفقیت، یک پیام خطا نمایش بدهید.

چگونه یک میکروکپی را آزمایش کنیم؟

آیا می‌دانید که بهترین راه برای تأیید اینکه، آیا یک میکروکپی واضح نوشته شده و از کاربردپذیری و تجربه کلی محصول شما پشتیبانی می‌کند چیست؟ شما باید آن را با کاربران واقعی تست کنید، تکرار کنید و دوباره تست کنید. هنگامی که برای اولین بار شروع به نوشتن محتوا برای میکروکپی خود می‌کنید، ارزش آن را دارد که ابتدا نمونه‌های موجود را مرور کنید (برای بررسی نمونه‌های موفق از محصولات داخلی به وب سایت www.uipin.org مراجعه کنید). سپس میکروکپی مورد نیاز خود را بنویسید. در پایان ایده خوبی است که یک جلسه طوفان فکری برگزار کنید تا برای برای هر مورد از کلمه‌ها و عبارات خودتان گزینه‌های متعددی را اختیار داشته باشید.

تجربه کاربری محصول دیجیتال خود را بهبود ببخشید

زمانی که به این موضوع فکر کنید که می‌خواهید کاربران با پروژه شما چه کاری انجام دهند و یا شما چگونه می‌خواهید آن را انجام بدهید، ایجاد یک میکروکپی عالی چندان دشوار نخواهد بود. میکروکپی را به عنوان یک کتابچه راهنما برای کاربر بسیار ساده در نظر بگیرید. به یاد داشته باشید که از زبانی استاندارد، کوتاه و قابل فهم استفاده کنید، دستورالعمل‌های واضح ارائه دهید و خواندن آن‌ها را آسان کنید. این کارها را انجام دهید و میکروکپی شما مطمئناً موفقیت آمیز خواهد بود!



بهترین شیوه های طراحی رابط کاربری تیره (Dark UI)

نویسنده: GRZEGORZ MUSIAŁ ، طراح UI/UX در Applover



CLAP CLAP

Please light OFF



آیا حالت تاریک برای چشمان شما سالم تر است؟

پاسخ برای بسیاری از مسائل مربوط به تأثیر دستگاه ها بر ما یکسان است : این بستگی دارد. سالهاست که ما عادت کرده ایم آیتم های سیاه را روی پس زمینه سفید بخوانیم. بسیاری از مطالعات نشان می دهد که گزینه پس زمینه تیره برای چشم ما مفیدتر است زیرا در حالت تیره چشم ما برای اسکن متون طولانی کمتر خسته می شود. هنگام استفاده از حالت تاریک، نور تحریک کننده بسیار کمتری وارد چشم می شود، اما محتوای کوچک ممکن است با گشاد شدن مردمک ها تاریک دیده شوند. مطالعه ای روی جنبه های سلامت حالت تاریک، که توسط شرکت چشم پزشکی RX انجام شده نشان می دهد که :

- حالت تاریک می تواند فشار چشم را در شرایط کم نور کاهش دهد.

- کنتراست ۱۰۰٪ (سفید روی پس‌زمینه سیاه) می‌تواند سخت‌تر خوانده شود و باعث افزایش خستگی چشم می‌شود.
- خواندن بخش‌های طولانی متن با مضمون روشن به تاریک می‌تواند سخت‌تر باشد.

بنابراین می‌توان گفت که حالت تاریک نوعی افزونه برای سهولت استفاده از گوشی است نه درمان مشکلات چشمی کاربران. حالت تاریک برای افرادی که مکرراً از دستگاه‌های خود در شرایط نور کم استفاده می‌کنند بسیار سودمند خواهد بود. از سوی دیگر، ممکن است برای افرادی که فقط در طول روز و بدون تغییر به حالت «روشن» از رایانه استفاده می‌کنند، مضر باشد.



«وقتی شب گوشیتو روشن میکنی و نور صفحه روی آخرین درجه است!!»

تابه حال برای شما اتفاق افتاده؟ این استدلال مهم من برای استفاده از حالت تاریک است.

چرا برای استفاده از حالت تاریک، تبلیغات زیادی صورت گرفته است؟

بیباید به سال ۲۰۱۹ و کنفرانس Google I/O برویم. گوگل اعلام کرد که یک انقلاب در طراحی متریکال، رابط‌های تاریک را معرفی می‌کند و سپس قوانین آنها را تعریف کرد. حالت تاریک شروع به بحث داغ انجمن‌ها شد، محصولاتی که رابط آنها به حالت تاریک تبدیل می‌شدند یا گزینه اضافی «وضعیت تاریک» را به تنظیمات خود اضافه می‌کردند. و این واقعا عجیب نبود. رنگ مشکی با ظرافت، رمز و راز، قدرت و پیچیدگی مرتبط است، و واقعا بی‌انتهاست!

آیا این ترند ارزش توجه را دارد؟ بلی! دور شدن از رابط های روشن، به نظر من، یک اتفاق عالی است. البته نه بصورت انحصاری. انحراف جزئی از رابط های روشن، دسترسی و راحتی استفاده را در زمان های مختلف روز افزایش می دهد.

با این حال، به دلیل ریسک بالای مرتبط با تعدادی از محدودیت های مربوط به طرح های تاریک، که اغلب به پالت های رنگی مربوط می شوند، طراحان ملزم می شوند که در پروژه های خود از نظر عملی بسیار دقیق عمل کنند. خروجی مناسب از رابط های روشن، دسترسی و راحتی در استفاده را در زمان های مختلف روز افزایش می دهد.



انحراف جزئی از رابط های روشن، دسترسی و راحتی استفاده را در زمان های مختلف روز افزایش می دهد

چه زمانی در طراحی برنامه ها، پس زمینه تیره را انتخاب کنیم؟

غیرممکن است که بگوییم چه طراحی و برای چه پروژه ای قطعاً باید رابط کاربری تاریک را انتخاب کند. با این حال، می توان بررسی کرد که چه کسب و کارهایی این کار را به درستی انجام داده اند :



2008



2020

گرافیک سمت چپ اولین نسخه نتفلیکس را از زمان هایی که مردم از استریم کردن چیزی نمی‌دانستند نشان می‌دهد. امروزه، این سرویس عمدتاً به دلیل طراحی روشن و تاریک مورد استفاده در نسخه اپلیکیشن کاملاً متفاوت به نظر می‌رسد. من از نتفلیکس در اواخر عصر با استفاده از تلویزیونم استفاده می‌کنم و نمی‌توانم در چنین شرایطی استفاده از یک برنامه بسیار روشن تر را تصور کنم. بنابراین، به نظر من، این یک تغییر به سمت بهتر شدن است.

آیا حالت تاریک برای محصول شما ضروری است؟

استفاده روزافزون از حالت تاریک توسط کاربران باعث شده است که پروژه های اپلیکیشن ها با مشکل دیگری روبه رو شوند. طراحان با این سوال روبرو هستند که آیا صفحات درون محصول باید با سایه های روشن طراحی شوند یا تیره. استفاده از حالت تاریک همیشه ایده خوبی نیست و هر پروژه را باید جداگانه بررسی کرد. طراحان هنگام تصمیم گیری در مورد این سوال باید عوامل زیادی را در نظر بگیرند. یکی از کلیدهای تعیین کننده در هر پروژه، دسته بندی آن است. بسیاری از علاقه مندان به این رویکرد ممکن است با نظر من مخالف باشند، اما حالت تاریک نباید در «صفحه نمایش های پیچیده» استفاده شود. در ادامه، در مورد رابط های کاربری تاریک بیشتر صحبت می‌کنم، به کتاب هایی اشاره می‌کنم که با اثر هاله ای (halation effect) - حاشیه ی نورانی که جزئیات تصویر را هاله دار می‌نمایاند) مرتبط است. این وضعیتی است که عناصر روشن روی پس‌زمینه مشکی باعث می‌شوند متن در چشم کمی تاریک دیده شود. به همین دلیل است که استفاده از نمایش متن در صفحات گسترده در رابط های تاریک به شدت ممنوع است.

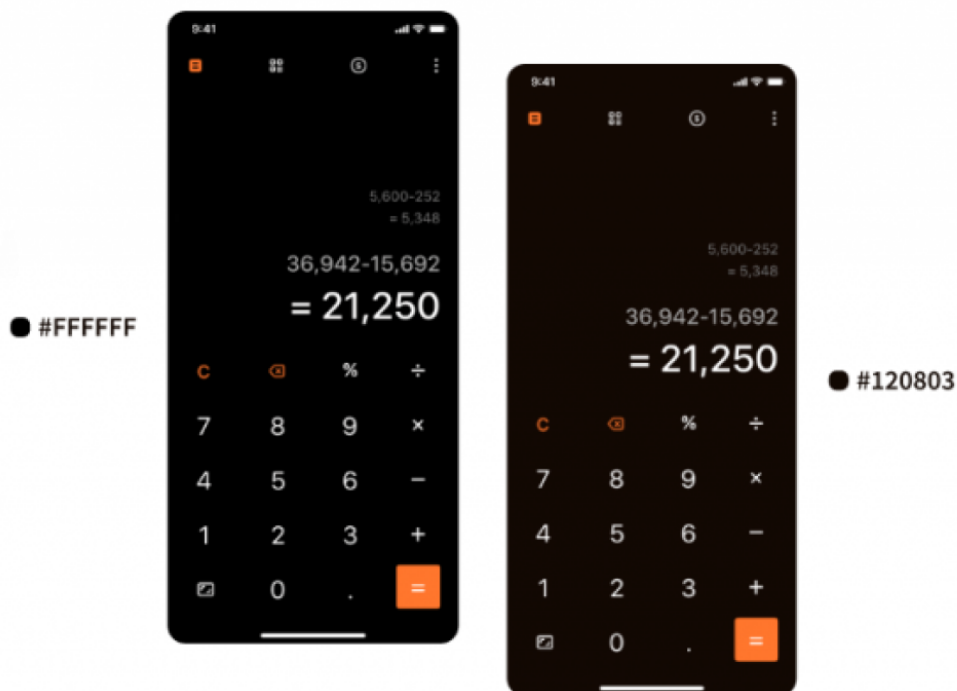


صفحات تیره روشنایی ساطع شده توسط صفحه نمایش دستگاه را کاهش می‌دهند و در عین حال حداقل حالت را نسبت به کنتراست رنگ دارند. آنها با تنظیم روشنایی با شرایط نور فعلی، و تسهیل استفاده از صفحه نمایش در محیط های تاریک، باعث کاهش فشار چشم ها می‌شوند. همگی این موارد با صرفه جویی در مصرف باتری دستگاه، به بهبود ارگونومی بصری کمک می‌کنند.

منبع : Google Material Design

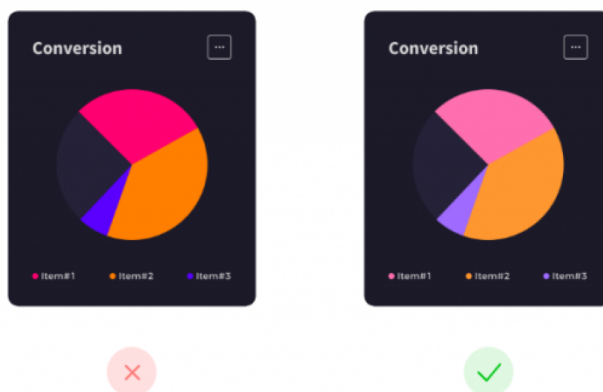
مشکی خالص ۱۰۰٪

در استفاده از حالت تاریک در مورد مشکی خالص ۱۰۰٪ (#۰۰۰۰۰۰) چه فکری باید کرد؟ به تعداد طراحان، نظرانی متفاوت وجود دارد. رنگ مشکی خالص به صرفه جویی در باتری گوشی کمک می کند، اما از نقطه نظر طراحی برای ایجاد فضای رنگی محصول، استفاده رنگ های ارزشمند را محدود می کند. من هنگام ایجاد پالت های رنگی که از سایه رنگ اصلی مشتق می شوند به سایه های سیاه و سفید تکیه می کنم اما ۱۰۰٪ سفید یا مشکی نیستند. جزئیات تفاوت ایجاد می کنند. چیزی که برای کاربر معمولی به سادگی مشکی به نظر خواهد رسید، سایه ملایم تری از آن رنگ است و این باعث ایجاد یک طراحی منسجم می شود. به آنچه محصولات نیاز دارد فکر کنید. اپل هنگام ترکیب صفحه نمایش سیستم خود از رنگ سیاه خالص استفاده می کند، در حالی که گوگل معمولاً به مشکی ملایم تری (#۱۲۱۲۱۲) متکی است.



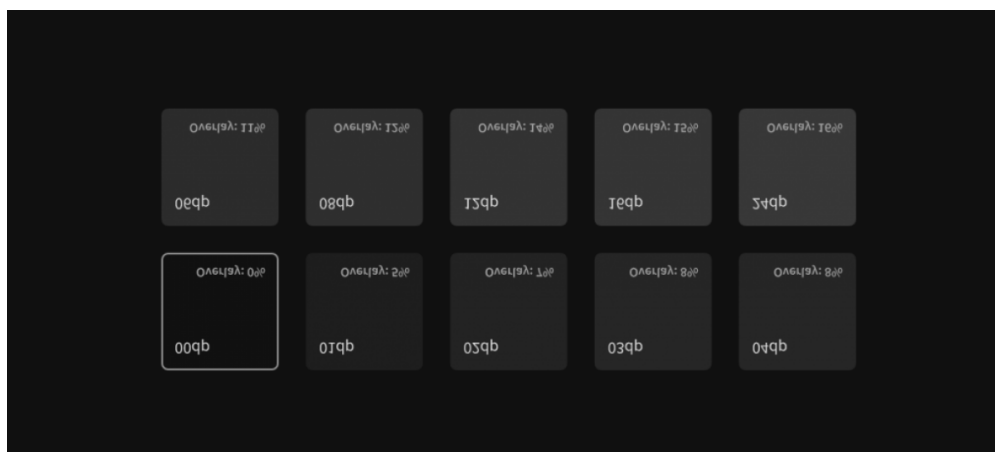
انتخاب رنگ

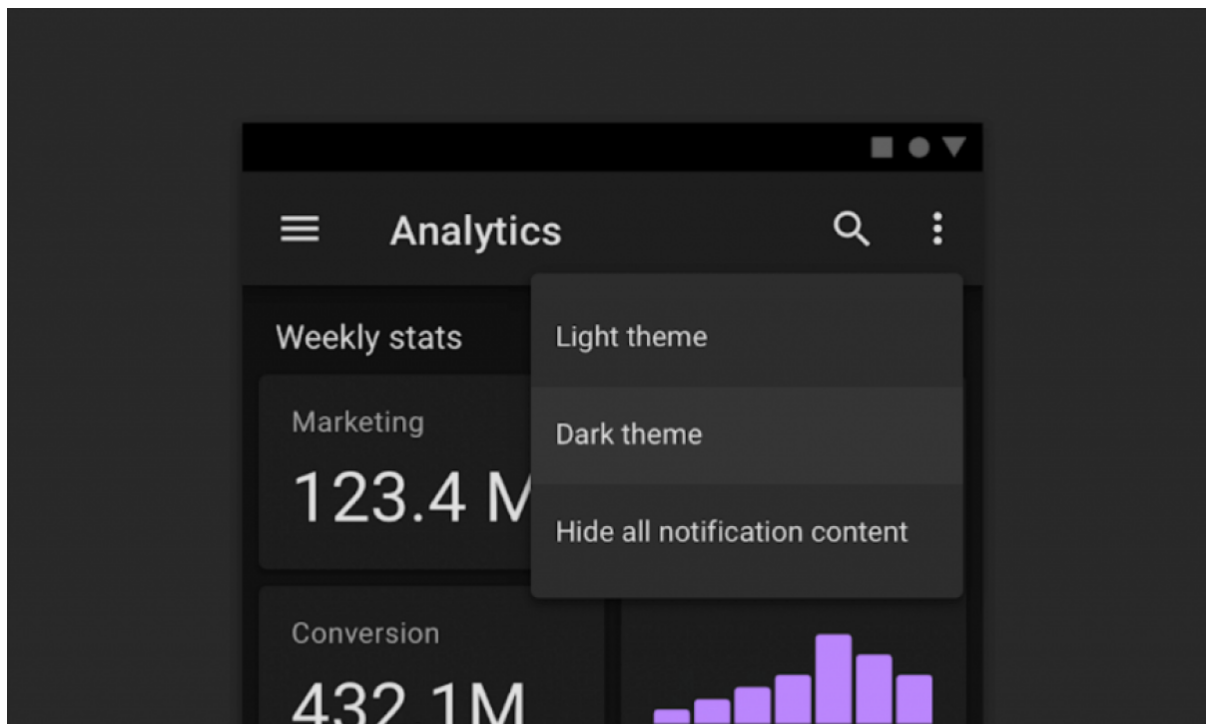
آیا با پالت رنگ HSB آشنایی دارید؟ اگر نه، پس مطمئناً می دانید HEX چیست. HSB چیزی نیست جز HEX که در ۳ مقدار - Hue، Saturation و Brightness بیان می شود. به عنوان مثال، نوار لغزنده از سمت چپ Saturation ۱۰۰ است. با این حال، با کاهش Saturation، رنگ روشن تر و شفاف تر دریافت خواهیم کرد زیرا رنگ ها به سمت سفید هدایت می شوند. دستکاری پالت HSB در هر ترکیبی از پالت رنگی برای محصولات شما ارزش بررسی کردن را دارد و کار را در مراحل اولیه طراحی آسان تر می کند.



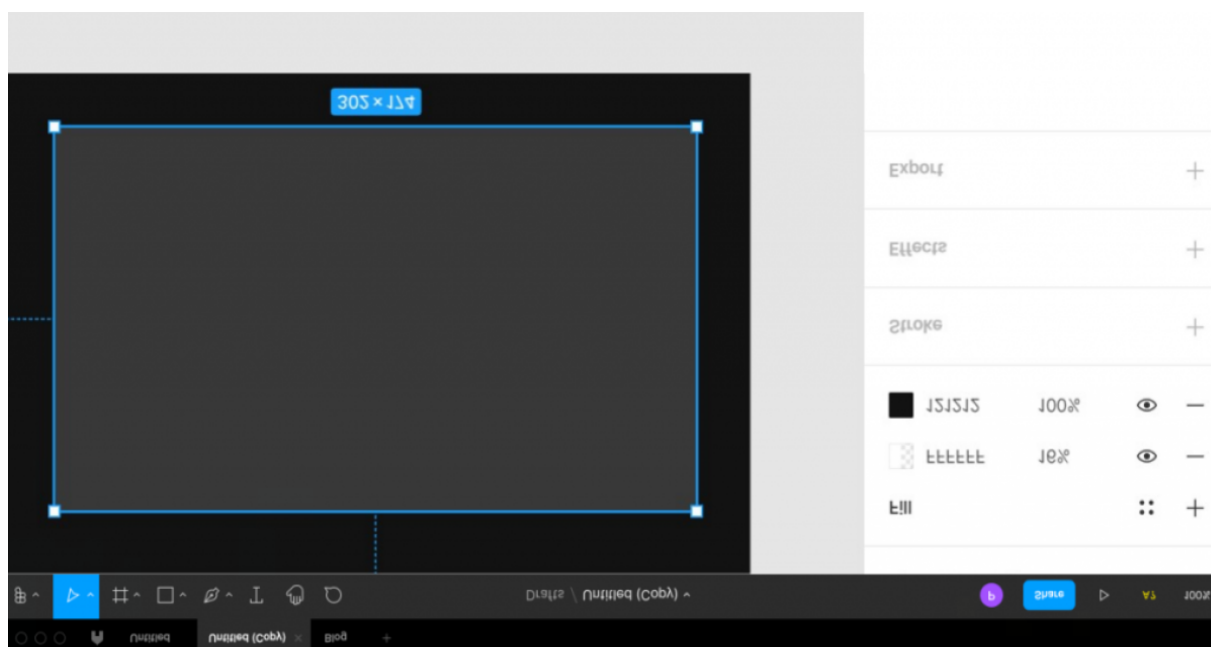
نمای رنگ ها

برخلاف رابط های روشن، نمی توانیم در حالت تاریک از سایه در پس زمینه تاریک استفاده کنیم. البته، می توانیم روی یک عنصر خاص با سایه تأکید کنیم، اما وقتی همه جنبه ها حول وضعیت تاریک در نوسان هستند، کافی نیست. در چنین شرایطی انتخاب نمای درست یک راه نجات است. عناصری که در رابط کاربری در سطح بالاتری هستند، رنگ روشن تری دریافت می کنند.





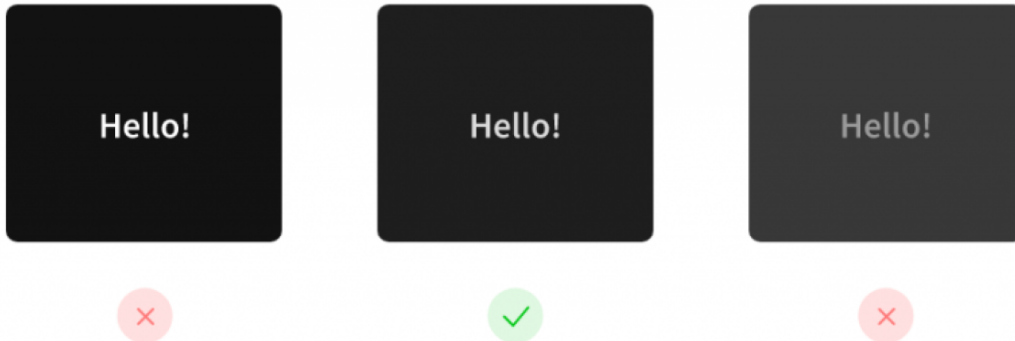
نکته: Google توصیه می کند که ارتفاع عناصر با استفاده از پوشش لایه رنگی ایجاد شوند. در Figma، این طراحی به این صورت انجام می شود:



Accessibility یا دسترسی پذیری

یک نکته ضروری که در طراحی صفحه نمایش در هر نسخه رنگی (تاریک و یا روشن) قابل حذف نیست، در دسترس بودن است. یک اشتباه رایج استفاده از رنگ سفید است. برخلاف یک تصور قدیمی، قرار دادن رنگ ۱۰۰٪ سفید روی پس زمینه تیره منطقی به نظر می رسد. با این وجود کاری اشتباه است.

متن در چنین رنگ‌هایی به شدت با کل محیط در تضاد خواهد بود، که ممکن است باعث ایجاد افکت هاله ای بشود. بهتر است که استفاده از رنگ سفید را در ۸۰٪ از طراحی حفظ کنید. در این صورت بدون از دست دادن محدوده دید، کل طراحی شما خوانش بهتری خواهد داشت. البته باید اعتدال را رعایت کنید. اگر به حد مخلوط کردن رنگ مشکی با خاکستری رسیدید، باید مراقب باشید. در چنین مواردی، خوب است که یک پلاگین کنترل کنتراست در دسترس داشته باشید. پلاگین مورد علاقه من Stark است (برای کاربران Figma)، که بررسی می کند آیا همه عناصر برای همه کاربران قابل مشاهده است یا خیر.



به کاربران حق انتخاب بدهید

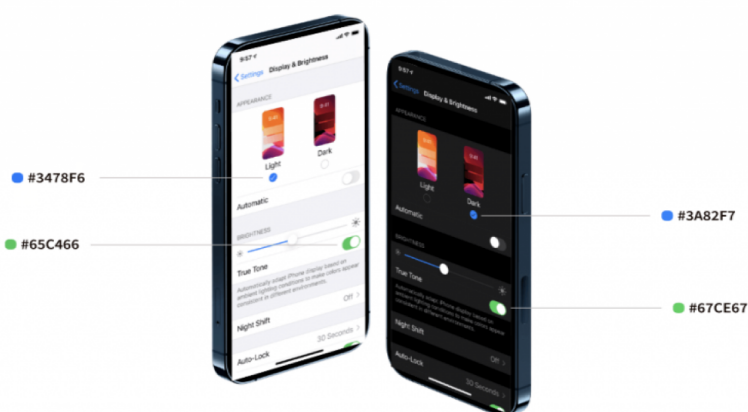
لازم نیست هر کاربر حالت تاریک را دوست داشته باشد. شرایط استثنایی وجود دارد که استفاده از حالت تاریک به برند صاحب برنامه مربوط می شود، مانند Netflix. از سوی دیگر، اگر نام تجاری مشتری خنثی است و حالت تاریک لازم نیست، بهتر است به کاربر پیشنهاد شود سبکی را انتخاب کند که انتظارات او را برآورده می کند. این درک از طراحی، تفکر شما به عنوان «مناسب با هر انتظاری طراحی کن» را بهبود می بخشد.

رایج ترین اشتباهات طراحان در طراحی تاریک

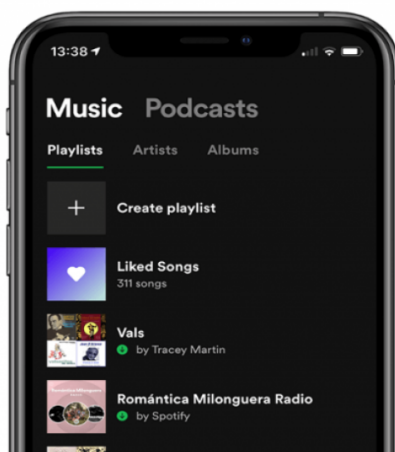
۱. نادیده گرفتن قابلیت دسترسی.

۲. حالت تاریک فقط یک رنگ معکوس است. هیچ چیز نمی تواند دور از حقیقت باشد. برای ایجاد یک حالت تاریک بدون فراموش کردن خطرات و جنبه ها، باید به طور جداگانه به رفتار رنگ با عناصر بسیاری فکر کنید. در غیر این صورت، عناصر سایه های سفید خواهند داشت و ما این را نمی خواهیم.

۳. طراحان از رنگ های عمیق استفاده می کنند. در حالی که ممکن است حتی در استفاده از دستگاه های اپل به نظر برسد که رنگ هایی که استفاده شده اند تقریباً یکسان هستند، این فقط یک بازی هوشمندانه در درک ما از رنگ ها در محیط های مختلف است، به مثال زیر دقت کنید:



بهترین حالت های تاریک مورد علاقه من :

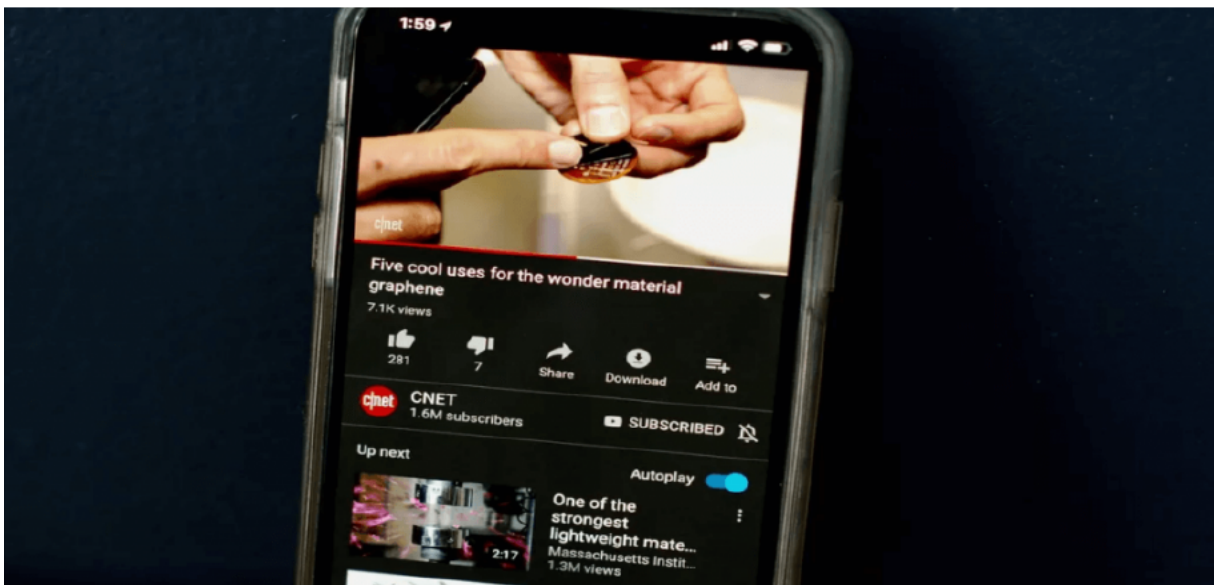


Spotify

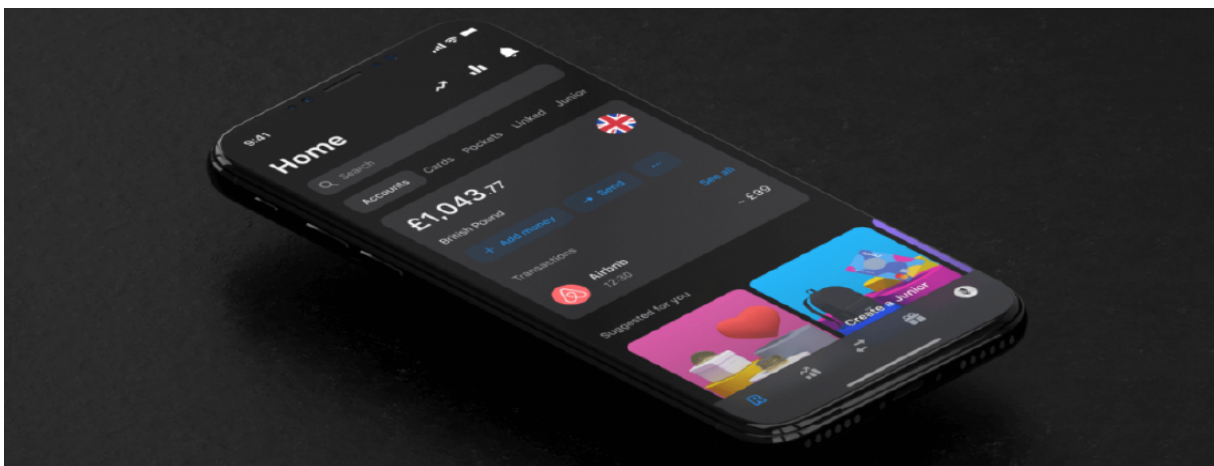
Netflix



Youtube



Revolut



بهترین نمونه های طراحی رابط کاربری تاریک را بررسی کنید

حالت تاریک، به عنوان یک ترند نسبتاً جدید، برای همیشه جای خود را در طراحی تثبیت کرده است. امروزه موفقیت اپلیکیشنی که هدف اصلی آن برآوردن نیازهای مخاطبان است، را نمی توان با کنار گذاشتن رابط کاربری تاریک تضمین کرد. با این حال، در طول فرآیند طراحی، فقط نباید بر روی طراحی سایه ها تمرکز کنید. پس از یادگیری تمام نکات طراحی تاریک، طراحی می تواند برای شما لذت بخش تر باشد.

تولید اپلیکیشن هایی بر پایه فریم ورک Flutter و چالش های طراحی

نویسنده: JULIA KOMIN، طراح UI/UX
FILIP KWIATKIEWICZ، توسعه دهنده فلاتر در Applover



برنامه های کاربردی موبایل در حال افزایش محبوبیت هستند. بنابراین، ابزارهای توسعه بیشتر و بیشتری برای توسعه دهندگانی که می خواهند آنها را ایجاد کنند ساخته می شوند و در دسترس قرار می گیرند. از جمله این ابزارها می توان به Flutter اشاره کرد که اخیراً شروع به متمایز شدن از بقیه رقبا خود کرده است. Flutter یک چارچوب رایگان و منبع باز است که توسط گوگل ایجاد شده و در سال ۲۰۱۷ منتشر شد. به طور خلاصه، فلاتر به شما امکان می دهد یک برنامه تلفن همراه با تنها یک سورس کد برای همه پلت فرم ها ایجاد کنید. این بدان معناست که می توانید از یک زبان برنامه نویسی و یک کد پایه برای ایجاد اپلیکیشن برای iOS و اندروید استفاده کنید.

چالش های طراحی در Flutter

استفاده از برنامه ای که برای کار با آن به حداقل کلیک نیاز دارید، آسان است. عملکردی روان ارائه می کند و اغلب توسط توسعه دهندگان در سراسر جهان استفاده می شود. و هر چه مشتریان راضی تر باشند، برنامه موفق تر است. برای اینکه کاربران از استفاده از این نوع برنامه ها لذت ببرند، طراحی آنها باید شرایط خاصی را داشته باشد. طراحی UI (رابط کاربری) و UX (تجربه کاربری) باید ساده، تعاملی، به درستی قابل مشاهده و دارای معماری اطلاعات خوبی باشد. همه این موارد به کاربر اطمینان می دهد که برنامه ارزشمند است و می تواند به او کمک کند تا تمام نتایج مورد انتظار خود را به راحتی دریافت کند. وقتی صحبت از ویژگی های طراحی برنامه های کاربردی برای Flutter می شود، لازم است چند قانون را به خاطر بسپارید که کار را نه تنها برای طراحان بلکه برای توسعه دهندگان آسان تر می کند.

هنگام ایجاد یک طراحی اپلیکیشن در Flutter، نیازی به آماده کردن صفحه نمایش برای الزامات اندروید و آیفون نیست. ما در Applover، معمولاً صفحه طراحی را برای وضوح آیفون (۸۱۲×۳۷۵) آماده می‌کنیم و بر اساس آن، توسعه‌دهنده می‌تواند عناصر رابط کاربری مانند ورودی‌ها، آیکون‌ها، دکمه‌ها، تصویرسازی‌ها و موارد دیگر را به‌گونه‌ای مقیاس‌بندی کند که بدون توجه به وضوح صفحه نمایش، به خوبی کار کنند و بهترین ظاهر را داشته باشند.

ایجاد یک طرح برای همه دستگاه‌ها

معمولاً هنگام طراحی، طراحان بر روی یک طرح برای دو سیستم عامل تمرکز می‌کنند. لازم به یادآوری است که این ساختارها در برخی مسائل مانند انیمیشن‌های انتقال به صفحه بعدی، رفتار متفاوتی دارند. آنها دکمه‌های مختلفی برای ناوبری دارند (در اندروید دکمه بازگشت و در iOS عمل درگ کردن). اگر می‌خواهید طراحی را با یک طرح خاص تنظیم کنید (مثلاً برای دکمه در Android مانند طراحی متریال)، این امکان وجود دارد - به یاد داشته باشید که یک منطق اضافی همیشه تعیین‌کننده این است که چه دکمه‌ای باید در یک مکان خاص استفاده شود. در صورت امکان، دستورالعمل‌های راهنمای سبک متریال را دنبال کنید. تطبیق یک طرح برای دو سیستم عامل برای کاربران، کار مفیدی است. توسعه‌دهندگان می‌توانند یک رابط را یاد بگیرند و از یک کتابخانه مشابه در دستگاه‌های مختلف که برای آنها به صورت بصری آشنا است استفاده کنند.

طراحی مبتنی بر کامپوننت

کار یک طراح ایجاد طرحی است که شبیه ترکیبی از سبک‌های مختلف نباشد، بلکه مانند یک ساختار منسجم باشد. برای انجام این کار، لازم است از کامپوننت‌ها استفاده شود که سازگاری رابط کاربری را امکان‌پذیر می‌کنند و در سراسر محصول استفاده می‌شوند. این کار کمک می‌کند تا عناصر رابط کاربری به‌طور مؤثر و مکرر بدون نیاز به اضافه کردن یا طراحی دوباره فایل‌ها، مقایسه و ویرایش شوند. علاوه بر این، نام‌گذاری صحیح کامپوننت‌ها، گروه‌بندی آن‌ها، و ایجاد یک راهنمای سبک برای یک پروژه خاص به توسعه‌دهنده کمک می‌کند تا به‌طور مؤثرتری در صفحه‌های انتخابی پیمایش کند و پیاده‌سازی محصول را سرعت ببخشد.

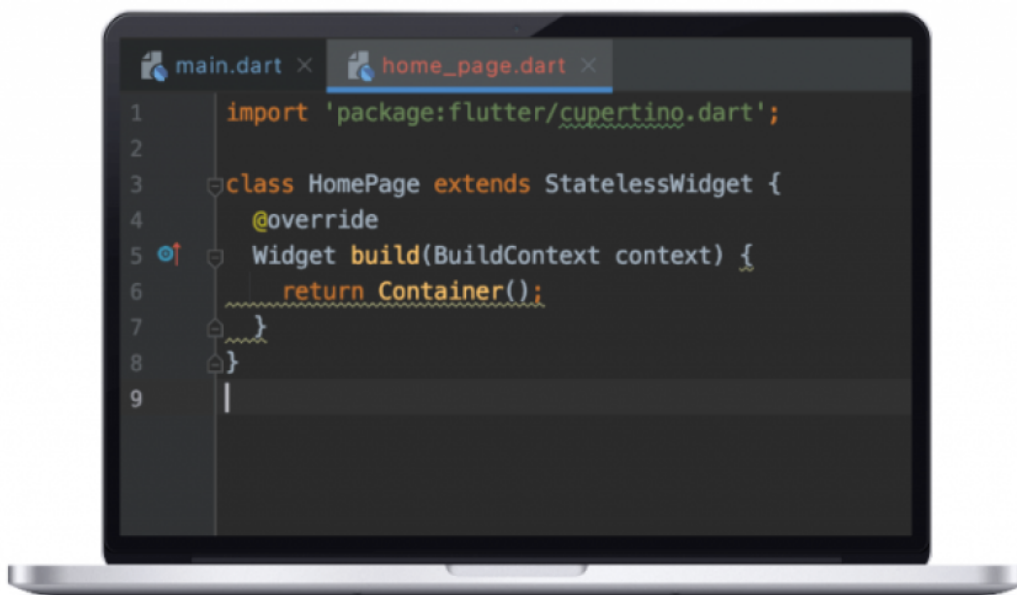
اگر از پتانسیل های ذاتی فلاتر استفاده کنیم، کار کردن با آن لذت بخش خواهد بود! علاوه بر این، این فریم ورک ابزارهای زیادی را برای سهولت کار توسعه دهنده گان ارائه می دهد.

ویجت های Stateless و Stateful در فلاتر

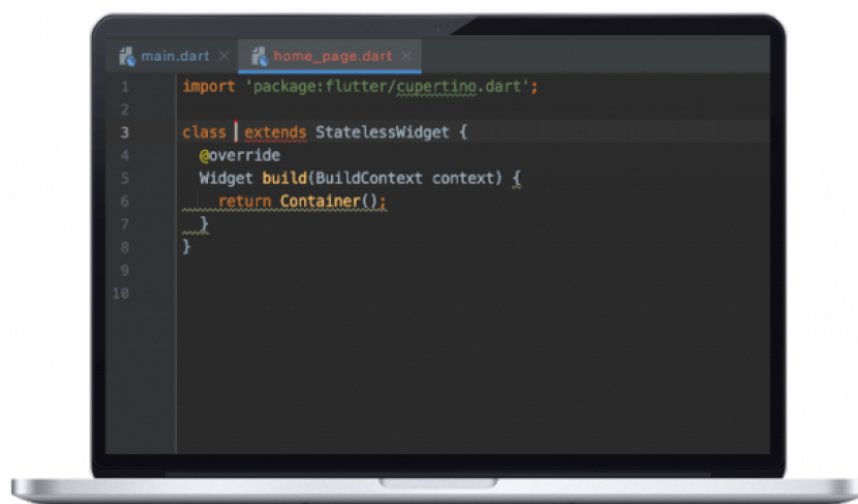
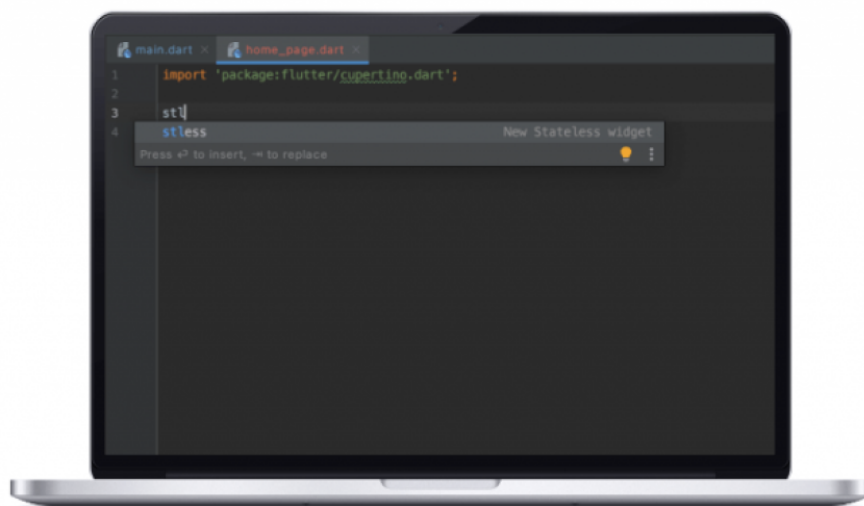
هر چیزی که روی صفحه یک اپ قابل مشاهده است از ویجت ها و کامپوننت ها برای ایجاد رابط کاربری تشکیل شده است. بنابراین اگر می خواهید یک ویجت جدید بسازید، باید دسته بندی جدیدی را اعلام کنید که یکی از دو دسته بندی اصلی، ویجت های Stateless یا Stateful می باشند.

ویجت Stateless: رایج ترین نوع ویجت مورد استفاده است و حالت تغییر ناپذیر آن را مشخص می کند. به عبارت ساده، این بدان معناست که هنگامی که یک ویجت Stateless بارگذاری می شود، نمی توانید محتوایش را به صورت پویا تغییر دهید. این دسته ویجت ها برای استفاده در جایی که محتوای ثابت دارید ایده آل هستند.

ویجت Stateful: به زبان ساده، این ویجت بدون حالت است و حالت آن قابلیت اضافه شدن را دارند. همانطور که در مورد قبلی، ویجت نمی توانست به صورت پویا محتوای خود را پس از بارگذاری تغییر دهد، اما در این نوع ویجت ها ما به setState دسترسی داریم که می توانیم ویجت نمایش داده شده فعلی را بازسازی و به روز رسانی کنیم.



هنگام نوشتن کد برنامه، میل به ایجاد ویجت های جدید ایجاد می شود، بنابراین برای صرفه جویی در زمان، می توانید از اولین امکانات Flutter که من پیشنهاد کردم استفاده کنید. شما می توانید تمام کد ویجت بدون حالت فوق را با تایپ سه حرف (stl) در ویرایشگر ایجاد کنید. این کار کل فرآیند را سریعتر و آسان تر می کند، بنابراین می توانید بیشتر روی پر کردن ویجت ها با محتوا تمرکز کنید.



در فلاتر ایجاد صفحات بسیار سریعتر و دلپذیرتر از Kotlin است. طراحی صفحات در Kotlin طولانی تر و کمی پیچیده تر است. در Kotlin گام اولیه ایجاد یک Activity، سپس یک طرح بندی در یک فایل XML و در نهایت مدیریت آن و نوشتن کدها است.

هنگام نوشتن کد برنامه، اغلب لازم است وضعیت فعلی ویژگی‌هایی که در حال توسعه است را بررسی کنید. متأسفانه، برای اکثر زبان‌های برنامه‌نویسی، این شامل ساختن کل برنامه از ابتدا می‌شود، که ممکن است مدت زیادی طول بکشد، به خصوص زمانی که اغلب نیاز به بررسی پیشرفت خود داریم. در Flutter به دو ویژگی Hot Restart و Hot Reload دسترسی داریم.

Hot Reload به شما امکان می‌دهد تغییرات فعلی را در زمان واقعی مشاهده کنید. برای استفاده از این ویژگی نیازی به ساخت کل برنامه از ابتدا ندارید (فقط یک قطعه کد با تغییرات). هرچیزی که در لحظه اتفاق می‌افتد، و ما وضعیت فعلی برنامه را بررسی و مشاهده می‌کنیم. این برای تغییرات کوچک ایده‌آل است، مانند تغییر متن در برنامه، تغییر ترتیب عناصر در نما، و غیره.

Hot Restart - این بسیار شبیه به راه حل قبلی است. استثنا در اینجا، اجبار برنامه برای شروع دوباره است، که مستلزم حفظ و تغییر اطلاعات است. بسته به اینکه پروژه چقدر گسترده است، می‌توانیم زمان زیادی را صرفه جویی کنیم.

Hot Reload حدود یک ثانیه طول می‌کشد و Hot Restart حدود 0-10 ثانیه. برای بارگذاری یک برنامه از ابتدا، باید حدود یک دقیقه و بیشتر را در نظر بگیریم. اینها فقط دو ارتقاء مقدماتی هستند، اما اگر می‌خواهیم برنامه ما به آرامی اجرا شود و کار در پروژه کارآمدتر و لذت‌بخش‌تر باشد، ارزش آن را دارد که چند موضوع اضافی و کلی‌تر را در ادامه بررسی کنیم.

معماری پروژه

معماری خوب به معنی مقیاس‌پذیری برنامه است، به عنوان مثال:

- سهولت استفاده از عملکردهای جدید
- امکان بهبود عملکرد کلی محصول با تعداد روزافزون کاربران و داده‌ها

علاوه بر این، یک معماری خوب، هدایت پروژه را بسیار آسان‌تر می‌کند. در Applover، در مورد توسعه Flutter، ما بیشتر از روش Clean Architecture استفاده می‌کنیم.

مدیریت وضعیت ها (State) شامل ذخیره اطلاعات یک برنامه (مثلاً محتویات جعبه متن، موقعیت سوئیچ، ...) در یک مکان خاص است و برای انتقال داده های ساختار یافته تر بین ویجت ها کمک میکند. با پیاده سازی State Management، سعی می کنیم منطق تجاری را از طراحی المان های رابط کاربری جدا کنیم. رایج ترین راه حل ها BLoC / Cubit یا Redux هستند. در Applover، ما ترجیح می دهیم از Cubit استفاده کنیم.

نام گذاری دسته بندی ها، متدها و متغیرها

همانطور که آن مثال معروف گفته، سعی کنید «یک بیل را بیل بنامید!»، ما از این قانون پیروی می کنیم. یک نام خوب برای یک گروه، متد یا متغیر باید به بهترین وجه توصیف کند که چه کاری انجام می دهد.

• مثال درست : `buildColumnWithUsersNames`

• مثال اشتباه : `buildColumn`

نکته اصلی این است که وقتی یک برنامه نویس به این بخش در کد باز می گردد و باید به راحتی متوجه شود که اینجا چه خبر است. کار اضافی انجام ندهید و برای کسی که ممکن است جدا از ما با این کد کار کند، یک محیط شفاف ایجاد کنید. در مثال داده شده، دستور `buildColumn` اطلاعات زیادی در مورد متد نمی دهد. با این حال، نام صحیح `buildColumnWithUsersNames` بسیار معنادارتر است.

علاقه روزافزون به فلاتر از کجا شکل گرفته؟

علاقه به برنامه های چند پلتفرمی هر ماه بیشتر و بیشتر می شود. آیا تعجب می کنید که این به چه دلیل است؟ توضیح می دهیم! در ابتدا، زمانی که برنامه های کاربردی چند پلتفرمی هنوز در مراحل ابتدایی خود بودند، برخی از مشکلات توسعه اولیه مانند مشکلات سازگاری یا به طور کلی مشکلات عملکرد و اجرا داشتند. اما با گذشت زمان، این فناوری به طور مداوم بهبود پیدا کرده و در این مرحله، ما حتی ممکن است نتوانیم یک برنامه چند پلتفرمی را از یک برنامه native (بومی) تشخیص دهیم. این موضوع، همراه با مسائلی که در زیر توضیح داده شده است، اغلب مشتریان را به انتخاب Flutter سوق می دهد.

یکی از مزایای غیرقابل انکار Flutter، کد باز بودنش است، یعنی توسعه دهندگانی که از آن استفاده می کنند، در توسعه این فناوری تأثیر می گذارند. این به طور مستقیم فلاتر را به یک زبان برنامه نویسی بدون نقص و ایمن تبدیل و آن را از برنامه های دیگر متفاوت می کند. با استفاده از این فناوری، برنامه نویس به صدها نمونه کد و افزونه های نوشته شده توسط گوگل یا انجمن ها دسترسی دارد که گاهی اوقات روند توسعه را به میزان قابل توجهی سرعت می بخشد.



یکی از مزایای غیرقابل انکار Flutter، کد باز بودنش است، یعنی توسعه دهندگانی که از آن استفاده می کنند، در توسعه این فناوری تأثیر می گذارند.

چرا فلاتر اینقدر مهم است؟

از دیدگاه کارفرما، مهمترین مزیت توسعه فلاتر صرفه جویی در هزینه است. بیا بیا فرض کنیم که شما صاحب یک رستوران هستید و می خواهید اپلیکیشنی برای سفارش و تحویل غذا ایجاد کنید. ضمناً این را هم در نظر بگیریم که زمان تخمینی اجرای آن حدود ۲۰۰ ساعت کاری خواهد بود. اگر بخواهیم چنین اپلیکیشنی را به صورت نیترو (در کاتلین یا سوئیفت) بسازیم، لازم است از دو تیم مجزا (اندروید و iOS) استفاده کنیم.

تخمین زمان توسعه اپلیکیشن برای ۲۰۰ ساعت، که برای هر فناوری به طور جداگانه اعمال می شود، به ما ۴۰۰ ساعت زمان برای ساخت اپلیکیشن می دهد و زمانی که در مورد طراحی صحبت می کنیم، وضعیت مشابه خواهد بود، جایی که لازم است یک پروژه جداگانه برای هر یک از پلت فرم های خاص داشته باشیم.

با این حال، اگر Flutter را انتخاب کنیم، تنها به یک تیم نیاز داریم تا در مدت زمان ۲۰۰ ساعت تخمین زده شده، یک اپلیکیشن برای هر دو پلتفرم ایجاد کند. علاوه بر این، پس از هر به روزرسانی، می توان با یک تغییر اضافی کوچک، یک برنامه کاربردی برای پلتفرم متفاوت دیگری که مانند وب است ایجاد کرد. در صفحات وب، بعید است از همه امکانات یک برنامه تلفن همراه استفاده کنیم. ما باید تغییراتی در لایه UI ایجاد کنیم، اما در مورد منطق اپلیکیشن، ممکن است از بخش قابل توجهی از آن استفاده کنیم.

مزایا و معایب توسعه اپلیکیشن در Flutter

Flutter یک ابزار عالی برای ایجاد اپلیکیشن های حرفه ای و کاربردی است. فلاتر مزیت های برنامه های کاربردی نوشته شده نیتیو را در حالی که به صورت پلتفرم باقی می ماند ارائه می کند. ویژگی های کار با فلاتر تفاوت قابل توجهی با کار با سایر فناوری ها ندارد. با کار با این فناوری، می توانیم در زمانبندی پروژه ها صرفه جویی کنیم، و ایجاد پروژه در این چارچوب می تواند بسیار خوشایندتر از راه حل های سنتی باشد. با این حال، ارزش آن را دارد که تفاوت های بین پلتفرم ها را به خاطر بسپاریم تا در نهایت خروجی محصول به یک برنامه چند پلتفرمی فوق العاده و سازگار ختم شود.

طراحان، به لطف Flutter، می توانند طرح های هیجان انگیز و خوبی را در مدت زمان کوتاهی ایجاد کنند. در Applover، ما بر همکاری طراح و توسعه دهنده تاکید می کنیم، که در مراحل اولیه طراحی مزایایی را برای پروژه به همراه دارد، زیرا به ما امکان می دهد از تناقضات و سوء تفاهم ها اجتناب کنیم و در مورد محدودیت ها و قابلیت های یک چارچوب معین برای طراحی و پیاده سازی اطلاعاتی کسب کنیم.

۱۴ روش برتر UX برای طراحی موبایل

نویسنده: PATRYK BUŁAT، طراح UI/UX در Applover



امروزه توسعه هر محصولی با تفکر طراحی موبایل فرست (mobile-first - طراحی که ابتدا برای موبایل طراحی شده باشد) شروع می شود. این به یک دلیل اتفاق می افتد - بازار برنامه های گوشی های هوشمند در حال انفجار است! فقط در یک سال اخیر، کاربران ۲۱۸ میلیارد برنامه تلفن همراه را روی دستگاه های خود دانلود کرده اند که نسبت به سال ۲۰۱۶ به میزان ۱۴۰/۷ میلیارد افزایش یافته است!! (بر اساس آمار Statista). این آمار بینشی خاص از وضعیت تلفن همراه امروزی به ما می دهد: هر روز مردم به دستگاه های تلفن همراه خود بیشتر متکی می شوند. بدترین سناریو برای محصول دیجیتال شما زمانی است که کاربر به دلیل تجربه بد تصمیم می گیرد یک برنامه را حذف کند. می توان به سادگی با پیروی از بهترین روش ها برای طراحی موبایل از این اتفاق جلوگیری کرد و این همان چیزی است که این بخش از کتاب روی آن تمرکز دارد.

نکات مهم و حیاتی طراحی تجربه کاربری برای برنامه های تلفن همراه

ممکن است ارائه یک تجربه کاربری خوب در تلفن همراه دشوار باشد. همانطور که قبلاً گفته شد، هنگام طراحی یک برنامه تلفن همراه باید چندین عامل را در نظر بگیرید، مانند روش ها و نحوه ی تعامل افراد با دستگاه های تلفن همراه. شایان ذکر است که سازندگان اندروید و هم iOS توصیه های خود را در مورد UX دارند که هر طراح موبایل باید از آنها آگاه باشد. طراحی تجربه های کاربری عالی توسط گوگل و دستورات عمل های رابط کاربری اپل. در اینجا من نکاتی را در زمینه طراحی اپ ها بر اساس تجربه خودم تا کنون آماده کرده ام. این ۱۴ استراتژی می تواند به شما در طراحی یک محصول دیجیتالی کمک کند.

۱- همدلی با کاربر

یکی از موثرترین شیوه های طراحی اپلیکیشن موبایل، نگاه کردن به محصول از دیدگاه کاربران است. خوش بین بودن بیش از حد در مورد طراحی ممکن است باعث شود برخی

از اصلاحات لازم را نادیده بگیرید. روی اینکه گروه هدف چگونه میتوانند از اپلیکیشن شما بهترین استفاده را داشته باشند تمرکز کنید. ممکن است با تصور کردن خود به جای یک کاربر بتوانید به این هدف برسید.

۲- تحقیقات UX انجام دهید

این وسوسه انگیز است که مستقیماً به طراحی UX پردازید، اما هرچقدر از اهمیت انجام تحقیقات جامع UX بگوییم بازهم کم است. به خاطر داشته باشید که کاربر با شما متفاوت است و ممکن است دیدگاه متفاوتی نسبت به UX داشته باشد. تجربه کاربری عالی به انجام تحقیقات گسترده بستگی دارد.

۳- اصل KISS را رعایت کنید

با توجه به اصل KISS، طراح باید سادگی را در اولویت قرار دهد و پیچیدگی بی‌مورد را به حداقل برساند (KISS مخفف کلمات جمله‌ی «Keep It Simple, Stupid» به معنی «ساده بیان کنید» می‌باشد که هدف آن انتقال ساده و قدرتمند پیغام به مخاطب است). اگر کاربران را با پیچیدگی بی‌مورد خسته کنید، گیج می‌شوند و می‌روند. در عوض، روی کاربردپذیری آسان، میکروکپی‌های راحت، نشانه‌های بصری، یا سایر ویژگی‌ها در برنامه‌های تلفن همراه برای کمک به کاربران تمرکز کنید.

۴- مینیمالیست بمانید

امروزه، مینیمالیسم در دنیای طراحی بسیار مد شده است. جای تعجب نیست که این مورد بر طراحی اپلیکیشن‌های موبایل تاثیر می‌گذارد. و آنچه مهمتر است، ساختن یک طرح نسبتاً ساده است. کاربران شما به دنبال سودمندی و سادگی در استفاده از محصول هستند، بنابراین بهتر است صفحه‌نمایش‌ها را با عناصر رابط کاربری زیاد شلوغ نکنید. با ایجاد تعادل بین طراحی بصری و عملکرد محصول، به نتایج بهتری دست خواهید یافت.

۵- مراحل را ساده کنید

سفر کاربر برای دستیابی به هدف اصلی برنامه‌های موبایل باید ساده باشد. مسائل را بیش از حد پیچیده نکنید. کاربران را با مجبور به پر کردن فرم‌های طولانی نکنید، وظایف بزرگ را به تکه‌های کوچک تر تقسیم کرده، و صفحات محتوا را مانند ناوبری محصول واضح طراحی کنید.

۶- فعالیت ها را اولویت بندی کنید

این وسوسه انگیز است که بسیاری از ویژگی ها را به طور همزمان در برنامه جای دهید. با این حال، شما باید تنها یک فعالیت اصلی برای هر صفحه داشته باشید، علاوه بر این، با استفاده از یک رنگ متفاوت، فعالیت های فرعی را مشخص کنید. این بدان معنی است که اقداماتی مانند ورود به سیستم یا تأیید یک عملیات بخصوص، عمدتاً باید در یک صفحه جداگانه باشد.

۷- برای لمس صفحه موبایل، یک محدوده مناسب و دوستانه به وجود آورید

فراموش نکنید که در هنگام طراحی اپلیکیشن به راحتی فیزیکی کاربران خود فکر کنید. اگر متوجه شدید که نحوه قرار دادن محتوا حتی کوچکترین ناراحتی را برای دست آنها ایجاد می کند، ایده خوبی است که آن را دوباره طراحی کنید. دکمه هایی که نیاز به ضربه زدن دارند را در مکانی قرار دهید که انگشت شست بتواند به راحتی به آن ضربه بزند.

۸- مطابقت فونت ها

فونت های مختلف ممکن است احساسات متفاوتی را ایجاد کنند در حالی که شاید خوانایی ساده ای را ارائه می دهند. یک تصمیم نامناسب برای تایپ فیس (Typeface) نیز ممکن است طراحی شما را خراب کند. مراقب باشید فونت هایی را انتخاب کنید که در وزن های مختلف عملکرد خوبی دارند. همچنین توصیه می کنیم حداقل از اندازه فونت ۱۱ استفاده کنید.

۹- ایجاد حس طبیعی حرکت در صفحه (Scrolling)

پیمایش صفحه روشی عالی برای حفظ توجه خوانندگان هنگام خواندن اطلاعات زیاد است. اما در برخی موارد، ممکن است آزار دهنده نیز باشد. از یک اسکرول افقی برای منعکس کردن پیمایش بصری استفاده کنید و هنگامی که محتوای دیگری در دسترس است یک نشانه بصری ارائه دهید.



۱۰- خلاص شدن از شر فضای شلوغ

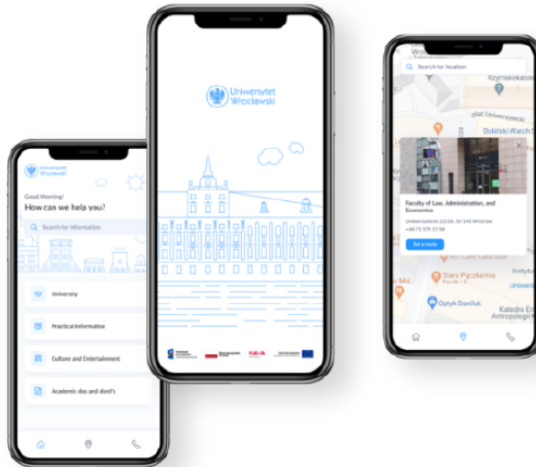
شلوغی روی صفحه نمایش تلفن همراه می تواند استرسزا باشد. هر دکمه یا تصویر اضافی، یک پیچیدگی به محصول شما می افزاید. همانطور که قبلاً ذکر شد، شما باید برای مینیمالیسم بودن تلاش کنید. یک راه معمول برای انجام این کار فقط استفاده از یک عمل اصلی روی صفحه نمایش شما است.

۱۱- از عناصر رابط کاربری رایج استفاده کنید

منوهای معمولی مانند نوار iOS یا نوبری اندروید را حفظ کنید. شما مجبور نیستید یک راه حل طراحی خلاقانه ایجاد کنید زیرا می تواند روی تجربه کاربری منفی بگذارد. معمولاً کاربران از قبل با الگوها آشنا هستند و راه حل های ارائه شده توسط سیستم عامل های موبایل برای آنها طبیعی به نظر می رسد. تغییر آن ممکن است به سادگی برنامه موبایل آسیب برساند.

۱۲- تجربه های ثابت را حفظ کنید

هر زمان که برنامه تلفن همراه شما در چندین پلتفرم در دسترس است یا از نسخه وب پشتیبانی می کند، مطمئن شوید که کاربر تجربه ثابتی دارد. یک تجربه بی نظیر را ایجاد کنید. تجربه استفاده از محصول باید با دستگاه های دیگر قابل مقایسه باشد تا زمانی که شخصی تصمیم می گیرد بجای اپ، از دیگر برنامه شما استفاده کند سازگاری با آن سخت نباشد. علاوه بر این، این چیزی است که طراحی شما را قابل توجه تر می کند زیرا کاربران مستقل از دستگاه با آن بیشتر آشنا هستند.



۱۳- یکپارچه سازی تجربه فراگیر تلفن همراه

فراگیر بودن اغلب توسط طراحان اجتناب می شود، در حالی که در زمینه طراحی UX یکی از مهمترین چیزها است. طراحی یک تجربه کاربری خوب باید برای همه باشد و این وظیفه طراحان است تا محصول را برای افراد دارای معلولیت بیشتر مورد استفاده قرار دهند. خواندن یا تغییر متن را ساده تر کنید، راههایی برای کمک به کاربران در جهت یابی و به حداکثر رساندن سازگاری با فناوری ارائه کنید.

۱۴- بازخورد ها کاربران را جمع آوری کنید

همانطور که گفته شد، هدف اصلی یک طراح ارائه یک تجربه کاربری مثبت به کاربران است. بهترین راه برای تأیید ایده های خودتان این است که از کاربر در مورد آنها سؤال کنید. بازخورد قابل اعتماد به شما در تعیین اینکه چه چیز خوب و چه چیزی بد است، کمک می کند. با این اطلاعات، می توانید تعیین کنید که چه چیزی باید تغییر کند. پیاده سازی تجزیه و تحلیل در برنامه تلفن همراه، تمام اطلاعات را برای بهبود موثر UX در اختیار شما قرار می دهد.

پیاده سازی اصول طراحی برای محصولات دیجیتالی

استفاده از این ۱۴ روش UX برای فرآیند طراحی موبایل می تواند به شما کمک کند تا برنامه ای بسازید که مخاطب هدف شما را جذب کند. رقابت در بازار اپلیکیشن موبایل امروزی بسیار زیاد است و تجربه کاربری خوب ممکن است عاملی کلیدی برای متمایز شدن شما از دیگر افراد باشد.

۹ روش برای ارتقا دادن توانایی های طراحی

نویسنده: GRZEGORZ MUSIAŁ - طراح UI/UX در Aplover

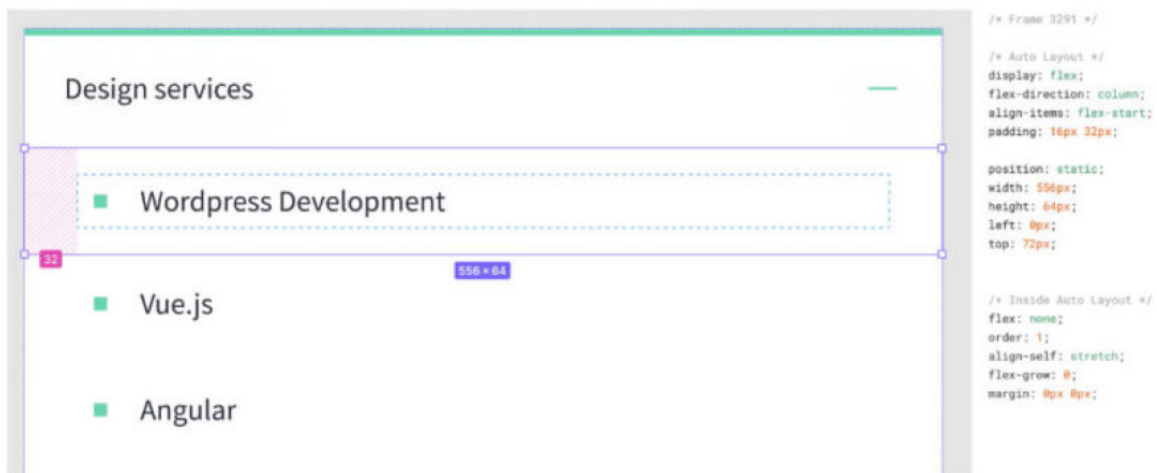


طراح بودن به معنای شرط بندی روی توسعه مداوم است. تسلط بر استفاده از نرم افزار یک شبه اتفاق نمی افتد، بلکه پس از سال ها ایجاد می شود. می توانید کارکرد ابزاری را که در پروژه های قبلی به اندازه کافی مورد نیاز نبوده و نیازی به دانستن عملکرد آن نبوده، را بیاموزید. علاوه بر این، مشخصات و قوانین بسیاری در طراحی دیجیتال وجود دارد و عادت کردن به آنها تنها پس از تکمیل پروژه های متعدد اتفاق می افتد. هر طراح همچنین دارای یک زیبایی شناسی و سبک مخصوص به خود است که آن را در طرح های خود استفاده می کند، و یادگیری دفاع از اعتقادات خود در پروژه های طراحی یک امر آسان یا سرگرم کننده نیست. من با یادآوری روزهای آغاز کارم و اینکه چگونه با هر کار رشد می کردم باعث شد فهرستی از ۹ روش برای بهبود مهارت های طراحی ایجاد کنم.

۱. سعی کنید کار توسعه دهندگان را درک کنید

متأسفانه، محصول شما بدون توسعه دهندگان فقط یک تصویر است که چیزی را نشان می دهد که شاید ممکن باشد کار کند، اما فقط با کمک آنها، واقعا کار خواهد کرد. توسعه دهندگان معمولاً دیدگاه های طراحی خلاقانه ای ندارند و بیشتر روی ایجاد سیستم های منطقی متمرکز هستند و فقط به روش خاصی کار می کنند. این در ذات و حرفه طراحان است که برای رابط های زیبا تلاش کنند که ممکن است مفید باشند اما مانند آثار هنری به نظر نرسند. در این رابطه، خوب است که، همدیگر را ملاقات و به عنوان یک تیم کار کنید. سعی کنید محدودیت های توسعه دهندگان را درک کنید، دریابید که ایجاد رابط ها از سمت آنها چگونه به نظر می رسد. Figma یک ابزار عالی برای این کار است!

سعی کنید ببینید ابزار طرح‌بندی خودکار (auto-layout) چگونه به اجزای وبسایت‌ها تبدیل می‌شود! بیاموزید که آنها برای چه چیزی هستند و چگونه توکن‌های طراحی را ایجاد کنید. این به شما کمک می‌کند تا یاد بگیرید که چگونه فایل خود را سازماندهی کنید و در کنار آن توانایی شما برای توسعه رابط‌های صحیح را نیز افزایش می‌دهد. سپس گام بعدی بهبود طرح‌های خودتان و در نظر گرفتن تمام قوانین و الزامات هنگام ایجاد آن‌ها خواهد بود.



۲. کار خود را به عنوان یک طراح سازماندهی کنید

سازگاری رابط کاربری را جذاب تر می‌کند. اگر به دنبال این سازگاری هستید، ارزش آن را دارد که روی انتخاب مناسب عناصر رابط کاربری کار کنید. سیستم‌های طراحی (Design system) به ایجاد یک محصول منسجم کمک می‌کنند. در ابتدا، مشکل من به عنوان یک طراح، عدم پایبندی به طرح اولیه، داشتن ۵۶ فونت مختلف، ۱۰ رنگ و ۱۰۰ نوع سایه بود!! اجازه دهید به شما هشدار دهم، اگر هرگز برنامه‌ای با استفاده از راهنمای سبک (style guide) ایجاد نکرده‌اید، ممکن است کار برای شما دشوار باشد. طراحی طرح‌های خاص، به نوعی آزادی را محدود می‌کنند، اما به من اعتماد کنید، در نهایت به نفع توسعه‌دهنده، محصول و بیننده خواهد بود.

تاکتیک من این است که در طراحی ۳ صفحه اول، تمام راه را طی کنم. سپس بر خلاقیت تکیه می‌کنم. بدون هیچ تعصب سفت و سختی، چندین ایده را آزمایش می‌کنم. اما پس از ایجاد این ۳ صفحه، که ایده‌های من برای پروژه را نشان می‌دهد، روی یکپارچگی تمرکز می‌کنم و طراحی تمام صفحه‌های بعدی به صفحه‌های اولیه اشاره می‌کنند. در این مرحله تعیین مقیاس فونت، وزن، فاصله، رنگ‌ها و سایه‌ها مهم است. این امر شانس از دست

دادن ثبات در مراحل بعدی را کاهش می دهد، زمان کار را کوتاه و آن را خودکار می کند. لازم نیست تعجب کنید، «آیا باید از فونت ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱ یا ۲۲ در اینجا استفاده کنم» زیرا شما از قبل تعیین کرده اید که کدام فونت را در یک مکان معین در پروژه اختصاص دهید. به لطف استفاده از Design system، شما موقعیتی ندارید که در آن چندین عنصر فقط یکبار در صفحه نمایش استفاده شود، بلکه قابلیت استفاده مکرر از آنها وجود دارد. شما ثبات به دست می آورید و UI از آن سود می برد.

۳. به احساسات خود به عنوان یک کاربر توجه کنید

مشاهده اشتباهات طراحی دیگران یک زمینه فوق العاده برای یادگیری است! به خصوص در زمینه ای مانند UI/UX، که در آن با بسیاری از طرح ها ارتباط مستقیم دارید و اغلب از آنها در زندگی روزمره استفاده می کنید. سعی کنید هر گونه ناراحتی ناشی از قرار دادن متن های نادرست، رنگ دکمه، اندازه یا دید نادرست عناصر، یا صرفاً عدم تطابق بین سبک و اولویت ها، را به یک نقطه مشاهده تبدیل کنید و به این فکر کنید که به چه چیز می توانید آن را ارتقا ببخشید. با گذشت زمان، شما شروع به دیدن خطاهای کوچکتر و کوچکتر خواهید کرد و چشم دقیق تری خواهید داشت که به کیفیت خلق محصول شما منجر می شود.

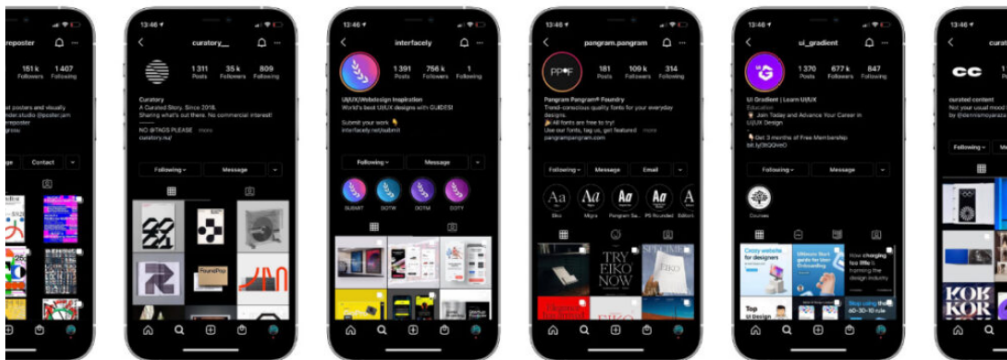
۴. ۲۴ ساعته، هر روز هفته طراح باشید!

اگر در فرصتی با طراحان همنشین شوم این موضوعی است که من همیشه سعی می کنم مطرح کنم، و گفتگو معمولاً به موضوعات طراحی صنعتی می رسد. من به هر کسی که در زمینه طراحی فعالیت دارد توصیه می کنم که هر روز خود را با طراحی های خوب احاطه کند. مربیانم این را به من توصیه کردند و از طریق تعامل با آنها تصمیم گرفتم آن را عملی کنم و برای من کاملاً کارساز بوده است. راه مورد علاقه من برای انجام این کار این است که فضای کارم را شخصی سازی کنم تا از نظر بصری دلپذیرترین مکان ممکن باشد. حوزه ای که من نیز این اصل را در آن اعمال کرده ام، رسانه های اجتماعی من است. اما منظور من این نیست که خودم را تنها با رابط ها یا پروژه های فناوری اطلاعات احاطه کنم. فید اینستاگرام من شاید فقط ۱۰ درصد از طرح های مرتبط با حرفه ام را شامل شود. بقیه مبلمان، لباس و پوستر است. با وجود تنوع مقوله ها، ایده یکی است: تماس با فرآیند خلاق. آفرینش ایده ها را می توان به چند دسته تقسیم کرد: بیان احساسات، ارائه دیدگاه های هنری، برقراری ارتباط با فرآیند خلاق و همچنین ارائه فضای اطراف طراحان. پاسخ ندادن به سوال «چگونه

طراحی کنیم؟» الهام بخش است. اما دقیقاً به سوال «چگونه زندگی کنیم تا با لذت طراحی کنیم؟» باید جواب بدهیم. بنابراین اگر می خواهید مهارت های خود از جمله حساسیت هنریتان را گسترش دهید، هر روز خود را با طراحان و آثار آنها احاطه کنید! خودتان را فقط به کارتان محدود نکنید، بلکه هر روز آن را زندگی کنید!

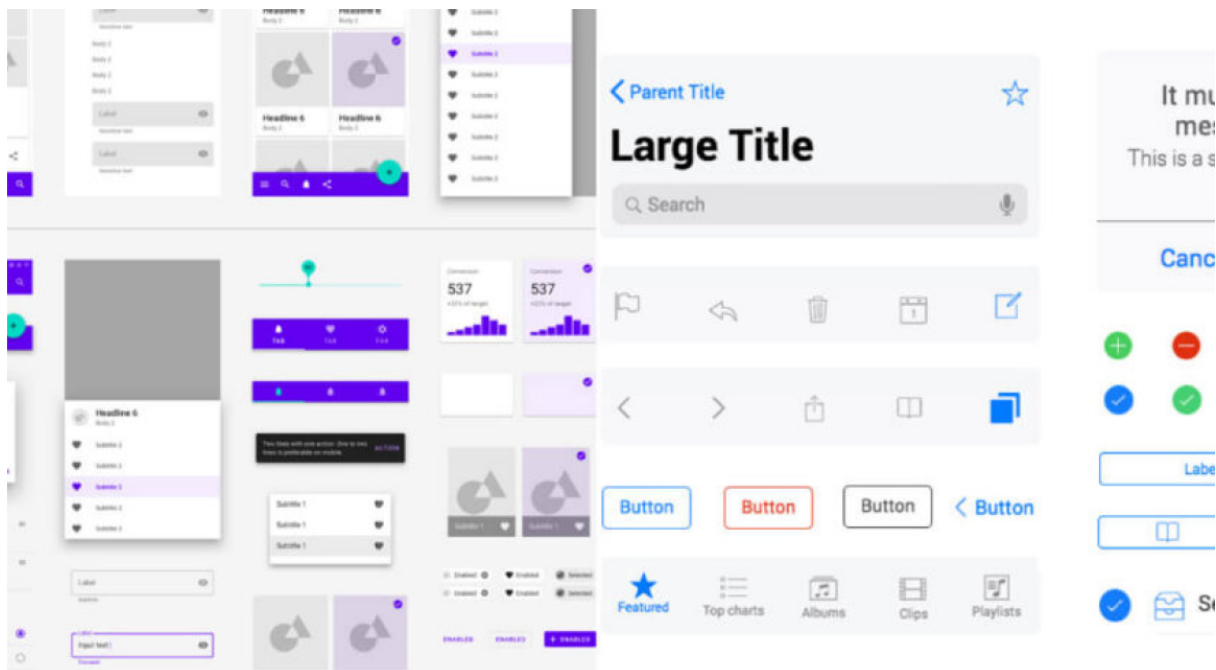


اگر می خواهید مهارت های خود از جمله حساسیت هنریتان را گسترش دهید، هر روز خود را با طراحان و آثار آنها احاطه کنید!



۵. درک کنید که دیزاین سیستم ها برای چه هستند و سعی کنید بر اساس آنها طراحی کنید

در ابتدای کارم، در مورد دیزاین سیستم های طراحی شک داشتم. می ترسیدم که یک روش شمانیک، خلاقیت را در من بیدار نکند، و زمانی که سیستم های طراحی بیشتر و بیشتر در ادبیات صنعت طراحی ظاهر شدند، حتی نمونه هایی وجود داشتند که مستقیماً از ترس من حمایت می کردند. با این حال، پس از چندین سال، سیستم های طراحی به یک هنجار تبدیل شده اند و انتخابی بدیهی برای اکثر طراحان هستند. به لطف استفاده از سیستم ها، نکاتی در مورد اینکه بهتر است نسبت به چه خطاهایی هوشیار باشیم، و یا چگونه و چرا از تکنیک ها به روشی خاص استفاده کنیم، دریافت می کنیم. این سیستم ها راه حل هایی را ارائه می دهند که توسط تحقیقات و تجربه متخصصین پشتیبانی می شوند. ارزش این را دارد که از اصل «قوانین را بشناسید و آنها را زیر پا بگذارید.» پیروی کنید. بر اساس فرضیات، جسورانه سعی کنید به سبک خودتان طراحی کنید و قطعاً مهارت های شما افزایش می یابند زیرا هنگام تصمیم گیری در مورد طراحی، آگاهی خودتان را افزایش خواهید داد.

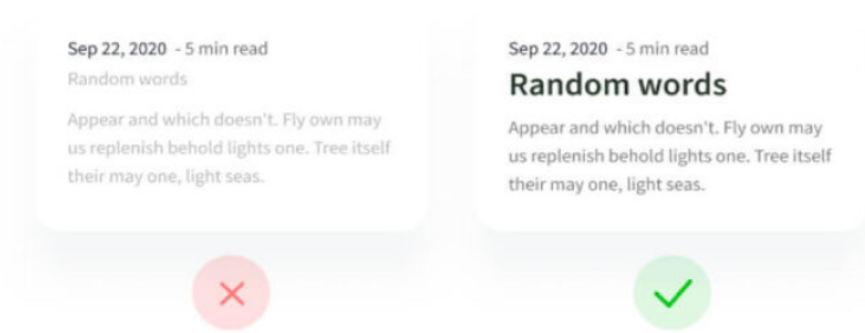


۶. کورکورانه از ترند ها پیروی نکنید

اینکه شک داشته باشید عادی است. هر سال مجموعه ای از ترندهای سال ارائه می شود. رویکردهای هیجان انگیز و طرح های رنگی یا پیشرفت های جدید معمولاً ارزش توجه و آشنایی را دارند. اما آیا تغییر مسیر سالانه به یک سبک منحصر به فرد چیزی مطلوب است؟ به نظر من ارزش این را دارد که اطلاعات جدیدی پیدا کرده و تکنیک هایتان را اصلاح کنید. ستون اصلی طرح خود را بسازید، سبک خود را مشخص کنید و فکر کنید که آیا افزودن یک عنصر مرسوم به طراحی تان به ارزش کلاس کاری شما می افزاید یا باعث سردرگمی می شود، یا شاید این فقط یک خیال گذرا باشد، و دلیلی وجود ندارد که افکار خود را به سمت آن سوق دهید!

۷. به تایپوگرافی توجه کنید.

تایپوگرافی تأثیر قابل توجهی بر درک رابط کاربری دارد. بنابراین، مطمئن شوید که تایپوگرافی در تراز باشد تا خواندن هر عنصر برای بینندگان دشوار نباشد. این جزئیات هستند که بیشترین تأثیر را بر درک کل صفحه نمایش می گذارند و آن را خارق العاده می کنند. فونت هایی را انتخاب کنید که برای چشم راحت هستند، سلسله مراتب بصری را با وزن فونت ها در ارتباط قرار دهید، از نمایش فونت های خیلی بزرگ و خیلی کوچک اجتناب کنید، مراقب خوانایی باشید!



Applover Design System
Typography



۸. هر پروژه را برای مدت طولانی تجزیه و تحلیل نکنید.

وسواس زیاد، طراحی خوب را از بین می‌برد. اغلب، زمانی که وظیفه ای به ما داده می‌شود، سعی می‌کنیم به اوج خلاقیت برسیم تا ساختارهایی فوق العاده ایجاد کنیم. با این حال، برنده طرح‌هایی خواهند بود که هم از نظر ظاهر و هم راحتی در دراز مدت متعادل‌ترین باشند. البته، در ابتدا اجازه دهید تخیل شما فعال شود، اما منتقد خودتان باشید. کسی که روی طرح می‌ایستد و سعی می‌کند تا حد امکان آن را سرکوب کند. کمتر همیشه به معنی بهتر است!



به یاد داشته باشید که هر چه بیشتر یک توصیه یا نظر تکرار شود، احتمال بیشتری وجود دارد که به آن دقت کرده و پروژه‌های خود را از آن زاویه تجزیه و تحلیل کنید

۹. با افراد فعال در صنعت طراحی صحبت کنید

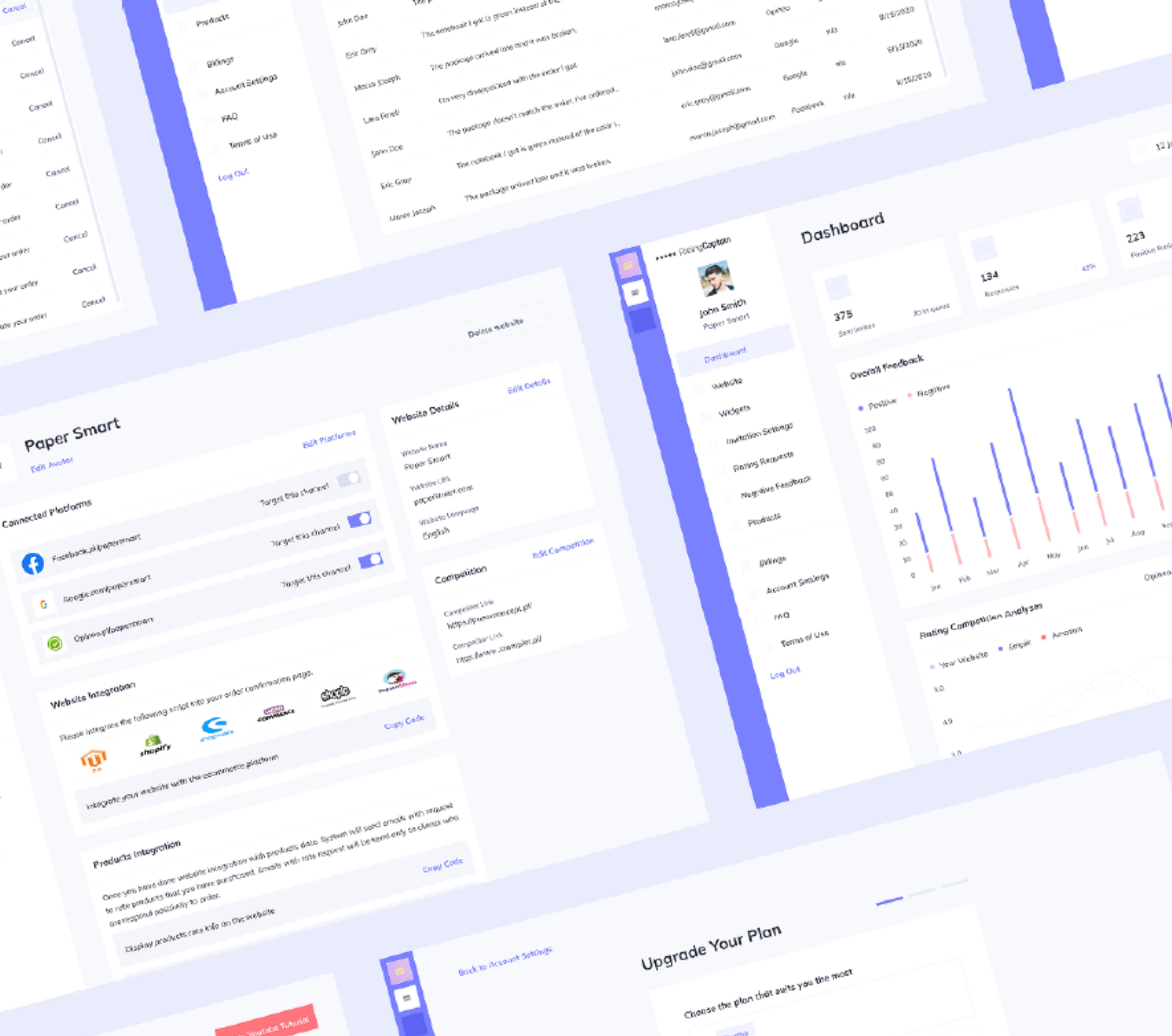
دریافت انتقاد سازنده مهارتی است که باید آن را یاد بگیرید. با این حال، هیچ ارزشی عالی تر از ارزیابی کار شما و دریافت بازخورد منفی وجود ندارد. یادگیری از اشتباهات موثرترین نوع یادگیری است. کار طراحان آنقدر خاص است که معمولاً اگر بازخورد دریافت کنیم در ۷۵ درصد موارد ممکن است منفی باشد. هنگامی که ما نکات و اطلاعات زیادی در مورد اشتباهات انجام شده یا نارضایتی مشتری جمع آوری می کنیم، می توانیم روی اینکه چرا چنین وضعیتی رخ می دهد و چه چیزی باید در پروژه های فعلی و آینده بهبود پیدا کند تمرکز کنیم.

صحبت با افراد در این صنعت فقط به منظور ارائه بازخورد نیست. این ایده خوبی است که در گروه های طراحی مانند فیس بوک مشارکت کنید. سعی کنید بحثی ایجاد کنید، دیدگاه های خود را مطرح کنید و از این طریق می توانید گفت و گویی را انجام دهید که در آن باید هم طرفداران گفته های خود را بشناسید و هم در صورت مخالفت با کسی، استدلال های متقابل محکمی ارائه کنید. با این کار دانش بیشتری به دست می آورید و مهارت های قوی مورد نیاز به عنوان یک طراح را توسعه می دهید، یعنی یاد می گیرید که از کار خود دفاع و انتخاب های خود را استدلال کنید.

در گروه های گفتگو، می توانید کار خود را به اشتراک بگذارید و از طراحان با تجربه تر مشاوره بگیرید. هر نصیحتی را به عنوان یک فحش تلقی نکنید، بلکه کمی به آن فکر کنید. به یاد داشته باشید که هر چه بیشتر یک توصیه یا نظر تکرار شود، احتمال بیشتری وجود دارد که به آن دقت کرده و پروژه های خود را از آن زاویه تجزیه و تحلیل کنید.

پیشرفت یک مسیر خطی نیست!

با ایجاد پروژه های مختلف، می بینید که هر روز چیزهای بیشتری برای یادگیری در طراحی وجود دارد، حتی اگر احساس کنید در طراحی مهارت دارید. با این حال، بدانید که توسعه مهارت ها چیزی است که نمی توانید آن را رها کنید. لازم به یادآوری است که پیشرفت خطی نیست و در بسیاری از پروژه ها ممکن است اشتباهی رخ دهد که شما از آن راضی نباشید. هر اشتباه ارزش نتیجه گیری در هر موقعیتی را دارد و در طراحی، بی نظمی ها همیشه با چشم غیر مسلح نیز قابل مشاهده هستند.



فرآیند طراحی اپلیکیشن موبایل، کارگاه های محصول، جریان های کاربری و وایرفریم ها

نویسنده: JULIA KOMIN, GRZEGORZ MUSIAŁ, AND PATRYK BUŁAT
طراح UI/UX در Aplover



فرآیند طراحی یک برنامه موبایل در ابتدا شامل چیزی بیش از یک طراحی ساده است. درک ماهیت پروژه، پایه ای است که یک راه حل کامل براساس آن ساخته می شود. این موضوع بسیار صریح و انتزاعی است، اما در این ماهیت است، که باید از خود بپرسید سرخ طراحی چیست و در کجا نهفته است. هر چیزی که ایجاد می کنیم شامل تعریف یک ایده است و این اولین و مهمترین بخش فرآیند طراحی است. در شروع هر پروژه من و همکارانم اطلاعات ضروری در مورد فرآیندهای طراحی اپلیکیشن موبایل، یعنی جریان های کاربری و وایرفریم ها را جمع آوری کرده ایم.

فرآیند جلسات با کارفرما

عنصر حیاتی هر شرکت برقراری گفتگو با مشتری است. حرفه ای بودن و آمادگی ما عوامل کلیدی در آغاز و نتیجه آن جلب اعتماد مشتری است. ارتباط در اینجا نقش بسزایی دارد! بخشی از توسعه اپلیکیشن موبایل در مراحل اولیه، یک فرآیند کارگاهی است - مجموعه ای از جلسات خلاقانه که طی آن دیدگاه طرفین (کارفرما، پیمانکار) را نسبت به محصول توسعه داده، عملکرد آن را تعیین و مخاطبین را تعریف می کنیم. همه این فعالیت ها به ما کمک می کنند تا محصول را درک کنیم و آن را به بهترین شکل ممکن طراحی کنیم. شاید سوال کنید که چرا این جلسات اینقدر مهم هستند؟ با انجام جلسات میتوانیم مشتری و چشم انداز او را بهتر بشناسیم - و قانون اصلی همکاری خوب این است که یک مسیر را تعریف کنیم و آن را برای همه طرف های درگیر قابل درک کنیم.

اشتباهاتی که طراحان اغلب مرتکب می شوند این است که خود را در حباب عقاید و باورهای خود حبس میکنند. چنین رفتاری «مردی با سندرم چکش» نامیده می شود. این رفتار شامل حل یک مشکل معین تنها با استفاده از روش هایی است که ما می شناسیم و روزانه استفاده می کنیم. من اغلب هنگام توضیح مشکلات رایج، خودم را در حال انجام این کار می بینم. من فهرستی از وظایف برای انجام دادن دارم، و قبل از شروع به انجامشان، مرتب کردن آنها را به چابکترین شکل ممکن شروع می کنم، به این ترتیب در کارهای روزمره به وظایفم برخورد می کنم. با وجود انجام کارهای مشابه در دنیای طراحان، هر کسی برنامه ریزی خود را دارد که باعث می شود کارهایش به بهترین شکل حرکت کنند.



با وجود انجام کارهای مشابه در دنیای طراحان، هر کسی برنامه ریزی خود را دارد که باعث می شود کارهایش به بهترین شکل حرکت کنند.

در طراحی اپلیکیشن موبایل، مرحله حیاتی، شناخت کاربران، اهداف اپلیکیشن و درک کامل این ایده هاست. اگر این روش به طور موثر انجام شود، میتوانیم خودمان را به جای کاربر قرار دهیم. بنابراین، یک پرسنا (Persona) ایجاد می شود - شخصی که نماینده کاربران است. در هنگام تعریف چنین فردی، مسائل، عادات و ترجیحات روزمره او را شرح می دهیم.

نتیجه جلسات باید شامل موارد زیر باشد :

- تعریف یک گروه از مخاطبین (شامل پرسناهای خاص)،
- تجزیه و تحلیل معیارهای رقابتی،
- تعیین جزئیات و مسیر طراحی.

این مرحله برای درک کامل محصولی که قرار است ایجاد کنیم بسیار مهم است. به لطف آن، در حین ایجاد موکاپ، آنها را به عنوان کاربرانی ترسیم می کنیم که می دانند چگونه مشکلات داده شده را حل کنند و محصولی عالی تولید کنند. پس از ارائه راه حل های خاص در طول جلسات، تعیین جریان کاربر، تعریف پرسنا یا ایجاد داستان های کاربر، باید به سراغ مرحله بعدی برویم - ایجاد وایرفریم.

وایرفریم ها (Wireframes) جمع آوری ایده ها و قابلیت توسعه آنها در جلسات را ممکن می سازند. در طول طراحی آنها، طراحان روی ساختار صفحه ها کار می کنند و عناصر اصلی، اطلاعات و ترکیب اولیه را مشخص می کنند. آنها همچنین در مورد راه های ممکن تعامل کاربران با محصول فکر می کنند. هنگام ایجاد موکاپ ها، ارزش آن را دارد که به جای کاربردپذیری محصول، روی نقاط ضعف و بحرانی که باعث بارگذاری بیش از حد انتظار می شوند، تمرکز کنید. شما می توانید چیز جدیدی برای بهبود محصول اضافه کنید یا حتی منطق آن را کاملاً تغییر دهید. مدیریت تمامی این تغییرات هنگام ایجاد موکاپ ها آسان است. هر تغییری که در این مرحله پیشنهاد می کنیم هیچ تاثیری بر روند کار تیمی ندارد. با این حال، در مرحله طراحی رابط کاربری، کار به این سادگی نیست. به همین دلیل است که تجسم طراحی از قبل و در مرحله تجربه کاربری بسیار مهم است. موکاپ ها به جلوگیری از بسیاری از کاستی ها کمک می کنند و در پایان محصولی درجه یک را دریافت می کنید. در مرحله طراحی وایرفریم ها امکان تست و بهبود صفحات وجود دارد.

برای اطمینان از اینکه همه چیز به خوبی طراحی شده و تغییرات در مراحل بعدی کار اضافی برای شما ایجاد نمی کند، یک عادت عالی این است که با توسعه دهندگان مشورت کنید. این به جلوگیری از کاستی ها و بررسی مشکلات احتمالی در مرحله طراحی رابط کاربری کمک می کند. کامل شدن تمام عملکردهای لازم در برنامه ضروری است و تنها پس از تایید مشتری به سراغ ایجاد بخش بصری بروید.

اشتباهی که طراحان جوان که شیفته طراحی بصری هستند مرتکب می شوند این است که مرحله ساخت موکاپ ها را غیر ضروری می بینند. در یکی از پروژه ها، یک طراح تازه کار متقاعد شده بود که «در طراحی وایرفریم ها، اگر بتوانم مربع هایی رنگی را ایجاد کنم، می توانم فوراً به آن ها استایل بدهم و از آنها در طراحی نهایی استفاده کنم و در زمان خودم برای طراحی رابط کاربری صرفه جویی کنم!!».

با این حال، مشخص شده است که Wireframing مناسب، کل فرآیند طراحی اپلیکیشن موبایل را هنگام کار بر روی هر پروژه ساده می کند و زمان بسیار کمتری برای اصلاح موکاپ ها نسبت به بازطراحی-تغییر- و یا طراحی مجدد نیاز دارید. با توسعه وب اپ های تک صفحه، تجسم مقیاس این ساده سازی دشوار شده، اما طراحی یک رابط کاربری با تعداد صفحه هات بالا به ما امکان می دهد تا همه تعاملات را طراحی کنیم.



فاز طراحی بصری

طراحی یک مود بورد (mood board، طرحی با تعداد زیادی تصاویر و عکس ها) قبل از شروع به طراحی بصری، واقعا کار با ارزشی است. هدف مود بوردها این است که به مشتری نشان دهند ما می خواهیم با برنامه آینده چه کنیم، این طراحی چه احساساتی را باید برانگیزند و مشتری چه انتظاراتی می تواند داشته باشد. به لطف این رویکرد، ما شانس این را افزایش می دهیم که مشتریان راه حل های ما را دوست داشته باشند و نشان می دهیم که برای نظرات آنها ارزش قائل هستیم. منابع الهام بخش می تواند هر چیزی باشد. بیشتر اوقات، Behance، Dribbble یا Pinterest است. گاهی اوقات نیز اتفاق می افتد که مود بوردها از اشیاء زندگی روزمره یا معماری الهام گرفته شده اند.

هرچه یک پروژه غیرمعمول تر باشد، منبع الهام بخشی نامشخص تر خواهد بود. همچنین بهتر است که تجزیه و تحلیلی بر روی بازار محصول داشته باشید- ایده خوبی است که الزامات و چشم انداز مشتری را در نظر داشته باشید. وقتی همه این فرضیات ما را راهنمایی می کنند، کاری جز ایجاد یک پروژه هیجان انگیز و مهمتر از همه مفید، باقی نمی ماند. مرحله بعدی ایجاد یک راهنمای سبک و طراحی است (style guide). نسخه اولیه راهنمای سبک باید شامل پیشنهادات رنگ و تایپوگرافی باشد. نسخه توسعه یافته علاوه بر این موارد شامل عناصری مانند کتابخانه ای از کامپوننت ها و حالت های مختلف آنها (دکمه ها، ورودی ها) است. تولید راهنمای سبک به حفظ یک سبک بصری ثابت در همه صفحه ها و



دستگاه‌ها کمک می‌کند و نظارت بر سازگاری کل پروژه را آسان‌تر می‌کند. دستورالعمل‌های خاص در پروژه‌های چند نفره که هر یک از اعضای تیم مسئولیت بخش متفاوتی از محصول را بر عهده دارند مفید هستند. شایان ذکر است که ما طراحی را ایجاد نمی‌کنیم تا انتظارات خود را برآورده کنیم، بلکه انتظارات مشتری را برآورده می‌کنیم. گاهی اوقات ایده‌هایی که می‌خواهیم ارائه کنیم همیشه قابل تحقق نیستند، بنابراین انعطاف‌پذیری یک عامل ضروری است که کار را هم برای طراحان و هم برای توسعه‌دهندگان آسان‌تر می‌کند.

ارتباط در تیم پروژه، یک موضوع کلیدی است

در طراحی همه چیز در مورد ارتباطات و همکاری است. در مورد درک محصول، اما در عین حال باید خودتان را از سلیقه و اعتقادات خود جدا کنید. بهترین کار این است که از الگوها و تفکر الگو فراتر برویم. اغلب در کارمان آنقدر با خود پروژه همذات پنداری می‌کنیم که محصول را از دیدگاه کاربران به طور کامل بررسی نمی‌کنیم. یک اپلیکیشن به کاربران خود که نیازهای متفاوتی دارند خدمات می‌دهد و لزوماً ترجیحات و علایق ما طراحان مناسب نخواهد بود. بنابراین، ارزش آن را دارد که مفروضات خود را تا آنجا که ممکن است آزمایش کنیم و در هر مرحله از فرآیند طراحی سؤال بپرسیم. کمک گرفتن از طراحان دیگر ممکن است در بسیاری از موارد ارزشمند باشد. کار تیمی ضروری است!

کارگاه طراحی محصول در Applover

نویسنده: JULIA KOMIN, طراح UI/UX در Applover



من به عنوان یک طراح، با دولوپرها، مدیران و مشتریان در فرآیند توسعه محصول همکاری می‌کنم. راز یک مشارکت موفق این است که همه اعضای تیم ماهیت محصول را درک کنند. اغلب در مراحل اولیه برنامه ریزی، مشتریان در تعداد بی پایان ایده‌هایی که هنگام فکر کردن به عملکرد و ظاهر محصول به ذهنشان خطور می‌کند، غرق می‌شوند. اکثر مبتکران یک مفهوم یا دیدگاه کلی برای ویژگی‌های جدید دارند، اما مطمئن نیستند که باید چه مسیری را طی کنند، به چه کسی کمک کنند، و غیره. هنگامی که کار روی یک پروژه جدید را شروع می‌کنیم یکی از اولین مراحل، برگزاری کارگاه‌های آموزشی محصول در Applover است. به لطف کارگاه‌ها، ما می‌توانیم با این چشم‌انداز مقابله کنیم، محدوده را تعریف کنیم و یک جریان ایجاد کنیم. و در حال حاضر در این مرحله، ما این فرصت را داریم که مشکلاتی را که ممکن است در طول توسعه ایجاد شود، بیان کنیم. بسته به پیچیدگی محصول و مرحله‌ای که پروژه در آن واقع شده است، جلسات اشکال مختلفی دارند و اهداف مختلفی را دنبال می‌کنند.

دو عنصر حیاتی برای یک محصول موفق

فاز اساسی در ایجاد یک برنامه کاربردی، مرحله طراحی محصول است که به چندین عنصر حیاتی نیاز دارد. اول، همکاری خوب بین اعضای تیم که بسیار مهم است. همه افرادی که پروژه را ایجاد میکنند، می‌فروشند و استفاده می‌کنند - توسعه دهندگان، طراحان، مالکان، استراتژیست‌ها، سهامداران و کاربران - باید محصول را درک کرده، همکاری داشته و از یکدیگر حمایت کنند. برای دستیابی به یک درک مشترک، خوب است از روش‌های همکاری مؤثر استفاده کنیم و روش‌های چابک را در چرخه عمر محصول به کار ببریم. در کارگاه‌های طراحی محصول دومین عامل موفقیت، چشم‌انداز روشنی است که در ابتدای فرآیند توسعه تعریف

می شود. همه طرف ها و ذینفعان باید در مورد آنچه باید به دست آید توافق کنند.



برای دستیابی به یک درک مشترک، خوب است از روش‌های همکاری مؤثر استفاده کنیم و روش‌های چابک را در چرخه عمر محصول به کار ببریم.

کارگاه های طراحی محصول دقیقا چه چیزی هستند؟

فرصت کار تیمی با مشتری برای کشف نیازها، انتظارات و تحقق چشم انداز آنها از مهمترین اهداف این کارگاه ها است. همچنین زمان بحث در مورد ویژگی هایی است که به زودی اجرا می شود و روندی که تیم پروژه به زودی دنبال خواهد کرد و در نهایت طراح و کارفرما با یکدیگر آشنا شده و یک تیم قدرتمند را ایجاد می کنند. با در نظر گرفتن این موارد، ما همیشه با مشتریان خود ملاقات می کنیم و قبل از طراحی و اجرای فنی، ایده های آنها را تجزیه و تحلیل می کنیم. ما به عنوان متخصصان با تجربه، تمام تلاش خود را می کنیم تا برای هر جلسه آماده شویم: همه ابزارها، تمرین ها و آنچه در طول جلسات اتفاق می افتد با دقت برنامه ریزی شده اند و به صورت جداگانه برای هر مشتری یا پروژه طراحی شده اند.

چرا به کارگاه نیاز داریم؟

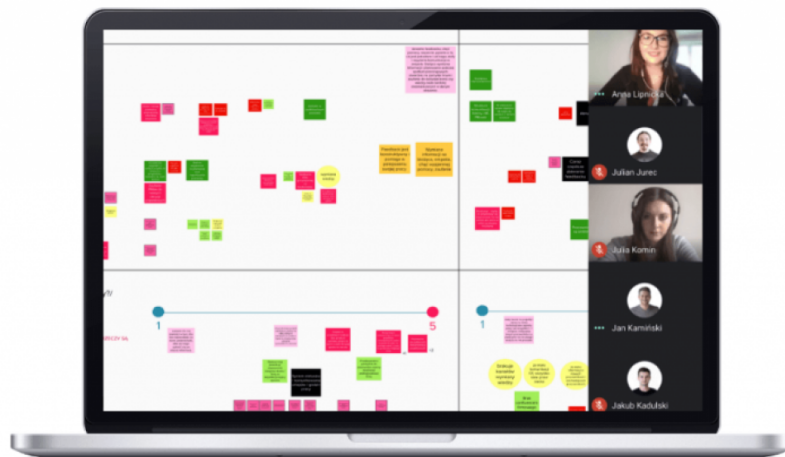
برای پاسخ به این سوال چندین دلیل مهم وجود دارد:

- درک اینکه چرا می خواهیم محصول را وارد بازار کنیم.
- تعریف مرحله تولید (برای ارزیابی اینکه آیا با یک نمونه اولیه یا MVP سروکار خواهیم داشت یا شاید از قبل یک محصول موجود است که نیاز به توسعه دارد).
- برای دانستن نحوه کار تیمی، ایجاد داستان های کاربر، جریان کاربر، و غیره.
- انتخاب درست فناوری
- توسعه یک رویکرد طراحی استاندارد

با این حال، قبل از اینکه توسعه محصول انجام شود، یک مرحله آماده سازی وجود دارد. ما همیشه برای تجزیه و تحلیل دقیق و خلاصه کردن مطالبی که از فروشنده دریافت می کنیم، وقت می گذاریم. با برگزاری بسیاری از جلسات پروژه با مشتریان، خلاصه کردن اثراتی که موفق به دستیابی به آن شدیم و با در نظر گرفتن بهبود مستمر فرآیندهای داخلی خود، لیستی از نکات حیاتی را ایجاد کرده ایم که در طول کارگاه ها ما را همراهی می کنند.

۱. قبل از جلسات تا حد امکان اطلاعات جمع آوری کنید.

ما پس از دریافت صورت جلسه تکمیل شده توسط مشتری، آن را تجزیه و تحلیل می کنیم و مفروضات اولیه را تعریف می کنیم. با این حال، در عمل، کارگاه طراحی محصول دیگری نیز به ما کمک می کند - به لطف آن، می توانیم مسائل نامشخص را روشن کنیم و در مورد مهم ترین ویژگی های محصول (در صورتی که مشخص نشده باشند) تصمیم گیری کنیم.

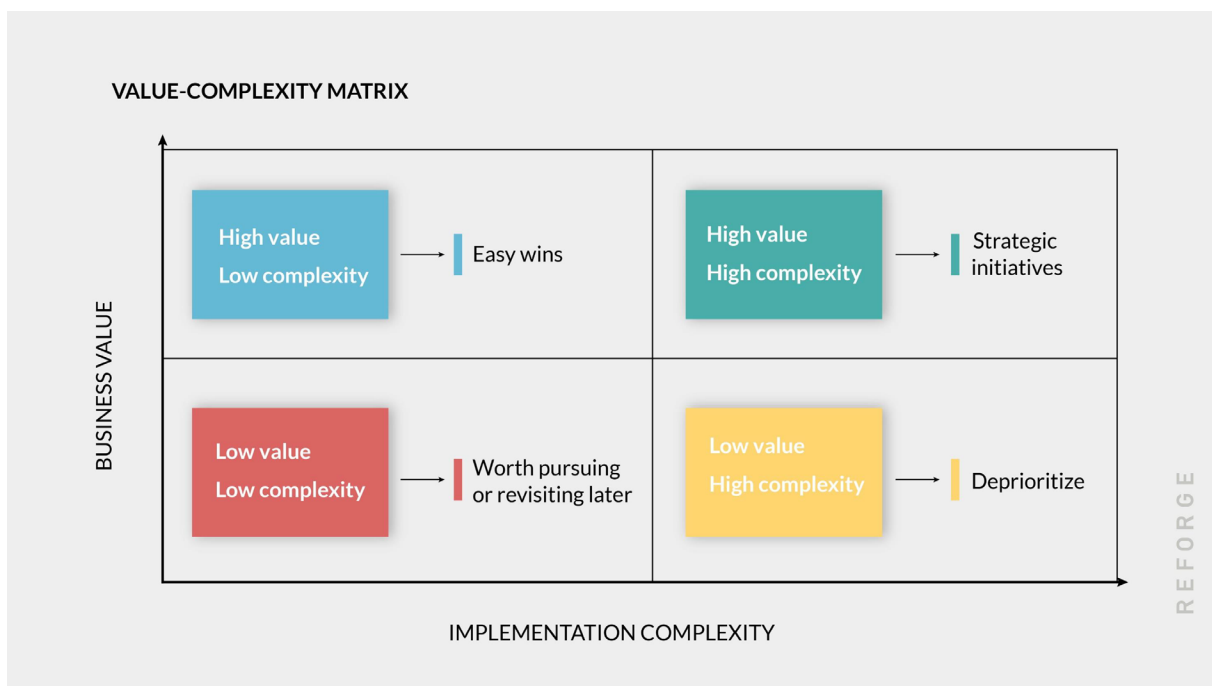


۲. تقسیم کارگاه به چندین جلسه

ما معمولاً کل فرآیند را به دو جلسه جداگانه تقسیم می کنیم، زیرا جلسات بسیار فشرده هستند و نیاز به تمرکز شدید و وقفه بین فعالیت ها دارند. ما از این تصور اجتناب می کنیم که جلسه خیلی طولانی باشند و شرکت کنندگان کمتر روی کارگاه تمرکز کنند.

۳. ایجاد دستور جلسه

دستور کار جلسات هرگز یکسان نیست. ما صحبت های خود را صرفاً بر اساس اطلاعات محصول مورد نظر و اهدافی که می خواهیم در طول کارگاه به آن دست یابیم، استوار می کنیم. تنظیم برنامه یک فعالیت مهم است که به همه طرف های درگیر این فرصت را می دهد تا انتظارات خود را از جلسه تعریف کنند و ایده های مختلف را در مراحل جلسات به اشتراک بگذارند. هدف هر مکالمه این است که از زمانی که قرار است با هم بگذرانیم بهترین استفاده را ببریم.



۴. تطبیق تکنیک های کارگاه

زمانی که بدانیم می خواهیم به چه چیزی برسیم و چرا می خواهیم به آن دست یابیم، به سراغ انتخاب ابزار و تکنیک های مناسب می رویم. ما آنهایی را ترجیح می دهیم که به ما در تعریف برند کمک کنند، مانند تکنیک ساخت داستان های کاربر، نقشه های همدلی، تمرین های متمرکز بر شناخت بهتر کاربران، جلسات طوفان فکری، یا value matrix تا در پایان جلسات دید روشنی از محصولی که ایجاب می کنیم داشته باشیم.

۵. رویکرد انعطاف پذیر

معمولاً به طراحان گفته نمی‌شود که باید به طور محکم به یک برنامه خاص پایبند باشند. اگر فعالیت های کارگاه بررسی محصول را مفید بدانیم، می‌توانیم برنامه کاری را بر اساس نیازها و اکتشافات جدید تغییر دهیم. هدف این است که طراح و کارفرما محصول را با هم درک کنند، بنابراین در جایگاه یک طراح باید آماده تغییرات احتمالی باشید.

یک کارگاه طراحی محصول چگونه برنامه ریزی و اجرا می‌شود؟

در شرایط فعلی (کووید ۱۹)، جلسات از راه دور و با استفاده از ابزارهایی مانند Mural و Google Meets یا Zoom انجام می‌شوند. ما روی تخته های آنلاین سفید با رسم وظایف خاص با هم کار می‌کنیم و تمرین های فردی را با بحث های گروهی ترکیب می‌کنیم. در طول فعالیت‌های شخصی، هر شرکت‌کننده آزاد است افکار خود را از طریق یادداشت‌های چسبان دیجیتال (Sticky Notes) بیان کند.

ما هر روز به مشتریان خود ثابت می‌کنیم که می‌توانیم کیفیت ارتباطات را به خوبی حفظ کنیم و فاصله بین ما مانعی ندارد و این روش اغلب امکان بهینه سازی هزینه ها را فراهم میکند. همچنین استفاده از این ابزارها امکان مشارکت بیشتر همه افرادی که باید در فرآیند طراحی شرکت کنند را فراهم می‌کنند. روش ارتباط از راه دور یک مزیت بزرگ دارد - ما می‌دانیم که مشتری برای همیشه با ما خواهد ماند و حتی پس از برداشته شدن محدودیت ها از این روش استفاده خواهد شد. ما در مورد ایجاد یک کارگاه آموزشی چیزهای بسیاری یاد گرفتیم و همیشه از ابتدا مراحل کار خود را برنامه ریزی می‌کنیم.

مراحل بعدی کار بر روی معرفی یک محصول جدید

پس از شرکت در یک دوره آموزشی، ماتصمیم گرفتیم برای مراحل انجام کارها برنامه ریزی کنیم. این همه ماجرا نیست. پس از پایان جلسه ما معمولاً کارهای زیر را اجرا می‌کنیم:

۱. نوشتن خلاصه جلسه

در اسرع وقت نتایج کار تکمیل شده در اختیار شرکت کنندگان کارگاه قرار می‌گیرد. ما معمولاً آن را در قالب یک سند شامل: تصمیمات گرفته شده به همراه پیوندهایی به فعالیت‌های انجام شده (اگر جلسه آنلاین انجام شده باشد) یا عکس‌هایی از مطالب ایجاد شده در طول تماس آماده می‌کنیم.

۲. ایجاد اولین موکاپ‌های پیشنهادی با مشخصات اولیه

پس از تعریف جریان محصول، بر اساس اطلاعات جلسه کارگاه (اغلب به صورت لیستی از دستورالعمل‌ها)، اولین موکاپ‌های کاربردی را ایجاد می‌کنیم که به طور مداوم با مشتری به بحث و بررسی گذاشته می‌شوند. در نتیجه با طراحی و تایید وایرفریم‌ها توسط کارفرما می‌توانیم به مراحل بعدی برویم.

آیا برگذاری کارگاه‌های طراحی محصول ضروری است؟

جلسات برای ما ابزاری برای حل هرگونه مشکل ارتباطی و بستری برای تبادل دانش، ایده‌ها، الهامات و دغدغه‌هاست. جلسات به ما کمک می‌کنند تا یکدیگر را بهتر بشناسیم و اعتماد ایجاد کنیم، که ما آن را مبنای موفقیت هر پروژه می‌دانیم. تنها با چند ساعت گفتگو، می‌توانیم دانش‌مان را متحد، اهداف را تعریف و آنها را اولویت بندی کنیم. همچنین اغلب می‌توانیم ایده‌های اولیه را برای راه‌حل‌های مشکلات مطرح شده ایجاد کنیم. تعامل در گروه‌های متنوع، تولید ایده‌هایی را تحریک می‌کند که هنگام کار به تنهایی به وجود نمی‌آیند. علاوه بر این، همه شرکت‌کنندگان با آگاهی از الزامات و محدودیت‌های پروژه، به هم کمک می‌کنند. نتایج کارگاه در درجه اول نتیجه کار گروهی است.



هزینه طراحی یک اپلیکیشن در سال ۲۰۲۲ چقدر است؟

نویسنده: JAN KAMIŃSKI، بنیان‌گذار و مدیر فروش Full Stack
آژانس دیجیتال Applover



اپلیکیشن‌های موبایل ما را در هر زمینه‌ای از زندگی همراهی می‌کنند. به لطف آنها، تنظیم قرار ملاقات، خرید، سفارش غذا، یادگیری زبان‌های خارجی، کنترل سلامت یا خرید و تمدید بیمه برای ما آسان‌تر از همیشه شده است. البته این همه ماجرا نیست. رشد سریع تعداد اپلیکیشن‌های موبایل در بازار، به دلیل محکمی برای درآمد بالای اپلیکیشن‌ها تبدیل شده است. از ژانویه تا پایان ژوئن ۲۰۲۰، کاربران ۵۰/۱ میلیارد دلار از سراسر جهان در App Store و Google Play خرج کردند - رقمی که ۲۳/۴٪ نسبت به نیمه اول سال ۲۰۱۹ افزایش یافته است.

در حال حاضر، هر یک از ما حدود ۴۰ برنامه روی دستگاه‌های تلفن همراه خود نصب کرده ایم. جای تعجب نیست که کسب‌وکارهای بیشتری در سراسر جهان تصمیم می‌گیرند برنامه‌هایی ایجاد کنند که به آنها کمک کند تا به فعالیت آنلاین خود، به‌ویژه پس از همه‌گیری کرونا در سال ۲۰۲۲ ادامه دهند. آگاهی و درک برند و تعامل موفق کاربر با محصول، منجر به فروش بالاتر و نرخ رضایت مشتری می‌شود.

برای موفقیت، باید اطمینان حاصل کنیم که برنامه‌ها مشکلات کاربران را حل می‌کنند و بهترین تجربه کاربری ممکن را برای آنها فراهم می‌کنند. به همین دلیل است که تمرکز بر طراحی عالی اپلیکیشن بسیار ارزشمند است. هنگام توسعه یک ایده، دانستن اینکه چه چیزی طراحی صحیح را تشکیل می‌دهد، به چه عناصری باید توجه ویژه داشت و در نهایت هزینه نهایی پروژه چقدر خواهد بود، بسیار مهم است.

چرا به یک ابزار طراحی خوب نیاز دارید؟

تقریباً یک چهارم تمام برنامه‌های تلفن همراه پس از یک بار استفاده از دستگاه‌های تلفن همراه حذف می‌شوند. این شاخص به دلیل کاربردپذیری ضعیف یک برنامه است و ۷۰٪ از

مشاغل به دلیل این عامل شکست می‌خورند. برای جلوگیری از شکست یک کسب و کار، تمرکز بر طراحی بصری در ابتدای فرآیند توسعه محصول، تصمیم صحیحی است. پیاده سازی برنامه آخرین مرحله از کل فرآیند است که بر اساس طراحی رابط کاربری انجام شده صورت می‌پذیرد. مرحله قبل از رابط کاربری، طراحی تجربه کاربری است که باید بر حل مشکلات کاربران متمرکز بشوید. درک نیازهای کاربران و سپس طراحی راه حل های خاص بسیار ضروری است.

چه چیزی بر هزینه نهایی طراحی اپلیکیشن تاثیر می‌گذارد؟

طراحی اپلیکیشن معمولاً شامل تحقیقات، طراحی تجربه کاربری، رابط کاربری و برندسازی است. دانش این فرآیند به شما این امکان را می‌دهد که درک بهتری داشته باشید که چه چیزی در هزینه نهایی طراحی یک برنامه تاثیر گذار است.

طراحی UX

طراحی UX مرحله مهمی در کل فرآیند طراحی اپلیکیشن های موبایل و وب است. که شامل تحقیقات کاربری، ایجاد جریان کاربر و وایرفریم است. این فرآیند با دو گروه از کارگاه های محصول برگزار می‌شود.

کارگاه ها و تجزیه و تحلیل

بخش جدایی ناپذیر فرآیند طراحی اپلیکیشن، کارگاه است. این بسیار مهم است زیرا به تیم کمک می‌کند تا تجزیه و تحلیل فنی و تجاری محصول را انجام دهد و به مرحله بعدی توسعه محصول برود. در Applover، تیم ما و مشتری در دو سری کارگاه شرکت می‌کنند. پس از اولین کارگاه، تیم ما آماده ایجاد مشخصات و وایرفریم ها خواهد بود که به مشتری کمک کند تا ایده ای از نحوه ساختار پروژه خود داشته باشد. در پایان دومین کارگاه، ما آماده خواهیم بود تا ضرب الاجل های مربوط به تحویل نسخه نهایی وایرفریم ها و مشخصات را تعیین کنیم. کارگاه ها برای درک نیازهای کاربران، مشکلاتی که برنامه حل خواهد کرد، عملکردهای و انتظارات تجاری تعیین شده از پروژه بسیار مهم است.



کارگاه ها برای درک نیازهای کاربران، مشکلاتی که برنامه حل خواهد کرد، عملکردهای و انتظارات تجاری تعیین شده از پروژه بسیار مهم است.

بخش دیگری از پروژه، تجزیه و تحلیل عمیق اطلاعات و عملکردهای جمع آوری شده است، اطلاعاتی که در طول کارگاه ها کشف شده اند. این موارد مبنای گام بعدی است. هزینه های نهایی مرتبط با این مرحله بسته به موارد زیر متفاوت است:

- پیچیدگی برنامه کارفرما،
- زمان مورد نیاز برای تجزیه و تحلیل الزامات تجاری محصول نهایی،
- ویژگی های اپ مورد نظر
- پلتفرم هایی که برنامه در آن قرار است وجود داشته باشد،
- ساعت های کاری صرف شده
- تعداد جلسات طراح با یک تحلیلگر تجاری
- کشوری که کارفرما شما در آن قرار دارد.

بنچمارک

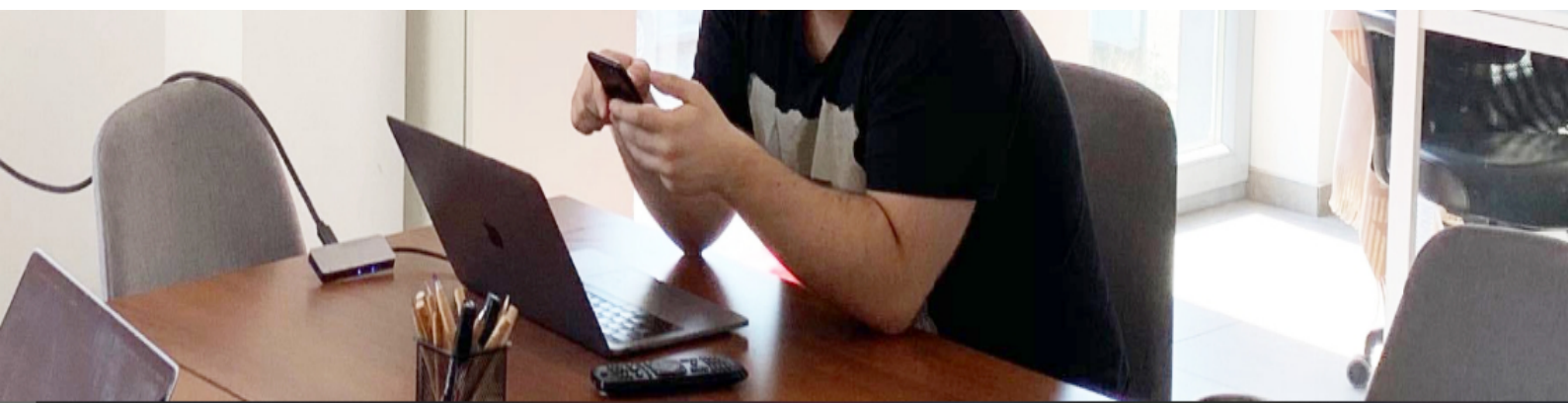
بنچمارکینگ فرآیندی است برای مقایسه مفروضات و امکانات مفهوم برنامه با موارد موجود در بازار. این فرآیند برنامه شما را نسبت به رقبا ارزیابی می کند. کاربران هر روز یک فرآیند مشابه را طی می کنند و برنامه هایی را انتخاب و نصب می کنند که بالاترین خواسته های مورد نیاز آنها را برآورده می کنند. به همین دلیل است که می خواهیم اپلیکیشن را ایجاد کنیم تا محبوب ترین انتخاب در بین کاربران باشد. بنچمارک امکان طراحی اپلیکیشن را فراهم می کند که یک قدم جلوتر از رقبا باشد.

طراحی جریان های کاربر

طراحی User Flow عنصری حیاتی در فرآیند طراحی اپلیکیشن موبایل است. این نمودار مراحل کاربران برای دسترسی به یک عملکرد یا انجام یک کار خاص در برنامه را شرح می دهد. هر کلیک یا درگ کردن بخشی از جریان کاربر است. فرقی نمی کند که کاربران از یک برنامه برای گوش دادن به موسیقی، انجام حواله های بانکی و یا ثبت پیشرفت تمرینات ورزشی استفاده کنند.

با ایجاد جریان های کاربر :

- می توانیم برای کمک به توسعه محصول مفروضات بیشتری را بسازیم، به عنوان مثال، جایی که استفاده از برنامه می تواند مشکل ساز باشد یا جایی که جریان می تواند تغییر کند.
- خطرات و اشتباهات در مسیر کاربر کاهش می یابد.
- امکان مقایسه راه حل های جایگزین برای جریان کاربر بوجود می آید.



طراحی وایرفریم ها

وایرفریم ها در Figma یا Sketch ایجاد می شوند. هدف اصلی از طراحی وایرفریم‌ها، تعریف ساختارهای کاربردی با در نظر گرفتن قابلیت‌ها، معماری اطلاعات و جریان های کاربر است. وایرفریم ها یک نمایش بصری از عملکرد برنامه هستند که به درک پروژه کمک می کنند. می توان گفت که وایرفریم ها پایه و اساس هر اپلیکیشنی هستند که لایه بصری بر روی آن ساخته شده است.

وایرفریم ها عناصری هستند که ارزیابی نهایی طراحی هر برنامه را تشکیل می دهند. آنها هرگز نباید کنار گذاشته شوند و باید اساس طراحی رابط کاربری در هر پروژه باشند.

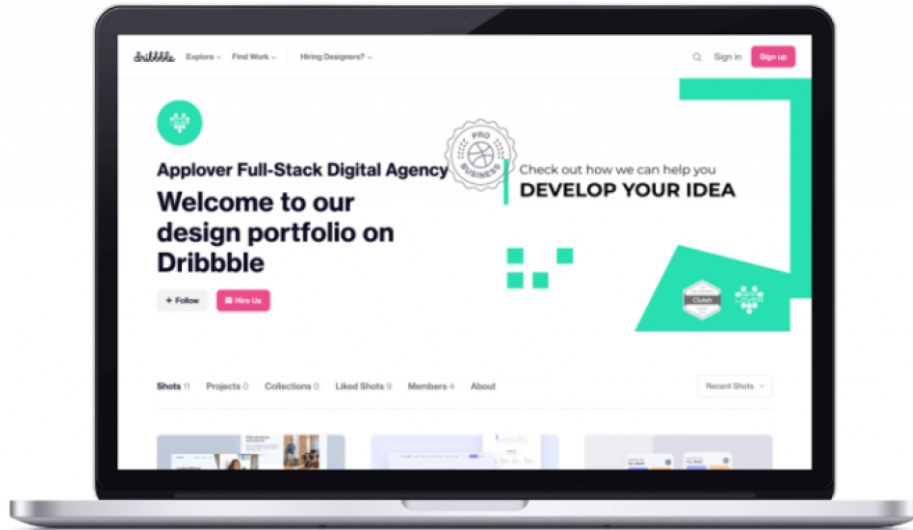
برندسازی

شرکت هایی که تصمیم به ایجاد یک اپلیکیشن دارند، اغلب هویت برند خود را دارند که برای ایجاد رابط کاربری از آن استفاده می شود. در Applover، ما همچنین با مشتریانی که هنوز برندی ندارند کار می کنیم. در چنین مواقعی همکاری خود را با ایجاد یک نمایش بصری از یک برند آغاز می کنیم. نام تجاری شامل عناصری مانند ایجاد یک لوگو، انتخاب رنگ یا فونت است. این فرآیند با ایجاد تابلوهای آنلاین برای بررسی خلق و خوی کسب و کار شروع می شود و سپس به طراحی لوگو می رسد. قبل از ایجاد نام تجاری، تحقیقات عمیقی در مورد آخرین روندهای بصری که مشخصه صنعت مورد نظر است انجام می شود. تنها پس از چنین تحلیلی، طراحان می توانند فرآیند ایجاد برندسازی مناسب را آغاز کنند.

طراحی بصری

طراحی رابط کاربری یا طراحی بصری چیزی است که برای کاربر نهایی قابل مشاهده خواهد بود. در اینجا، ما همچنین یک تابلوی آنلاین با پیشنهادهایی برای الهام گرفتن از دیزاین سیستم برنامه ایجاد می کنیم. وظیفه اصلی طراحان در اینجا ایجاد موکاپ های رابط کاربری بر اساس وایرفریم های UX است. ظاهر برنامه باید عناصر کلیدی را با هم ترکیب کند، حفظ عملکرد برنامه که توسط طراحان UX در مرحله قبل انجام شده و ساخت یک طراحی بصری متمایز. طراحان رابط کاربری مسئول ایجاد طرح‌های رنگی، تایپوگرافی، طرح‌بندی و ظاهر کلی اپلیکیشن نهایی هستند. طراحان بر روی وضعیت های مختلف برنامه کار می کنند(موبایل و تبلت)، یک نمونه اولیه قابل کلیک و یک راهنمای سبک ایجاد می کنند تا به راحتی به دلوپرها خروجی کار را ارائه کنند.

هزینه طراحی یک اپلیکیشن در سال ۲۰۲۲ چقدر است؟



انیمیشن ها

انیمیشن ها تصاویر پویایی هستند که معمولاً در Principle یا Adobe After Effects طراحی می شوند. در بیشتر موارد، انیمیشن ها یک تنوع عالی برای طراحی برنامه های استاتیک هستند. در زمینه طراحی اپها، بیشترین استفاده از انیمیشن های مرسوم است - تصاویر متحرک معمولاً در بخش آموزش ها یا صفحه های تبریک استفاده می شوند. پیشنهاد می کنیم یک طراح رابط کاربری با تجربه در این زمینه پروژه انیمیشن را با ابزارهای تخصصی طراحی کند. به این ترتیب می توانید مطمئن باشید که المان های انیمیشن، رابط کاربری طراحی شده و تجربه کاربری اپلیکیشن نهایی را از بین نخواهند برد.

تعداد پلتفرم ها

هزینه نهایی طراحی یک برنامه کاربردی به سیستم عاملی که محصول برای آن در دسترس خواهد بود نیز بستگی دارد. برنامه های موبایل اغلب به طور جداگانه در iOS و Android ایجاد می شوند. در چنین مواردی، ما به سمت توسعه بومی می رویم، جایی که لازم است دو تیم توسعه به طور جداگانه برای توسعه برنامه های کاربردی برای iOS و اندروید اختصاص داده شوند. با این حال، برای کسب و کارهایی که قصد دارند از همان ابتدا محصولشان در App Store و Google Play در دسترس باشد، توسعه چند پلتفرمی یک راه حل عالی است. توسعه چند پلتفرمی این امکان را به ما می دهد که هر دو نسخه برنامه را با استفاده از یک پایگاه کد واحد توسعه دهیم. این راه حل از نظر منابع انسانی و مالی بسیار کارآمدتر است.

پیچیدگی

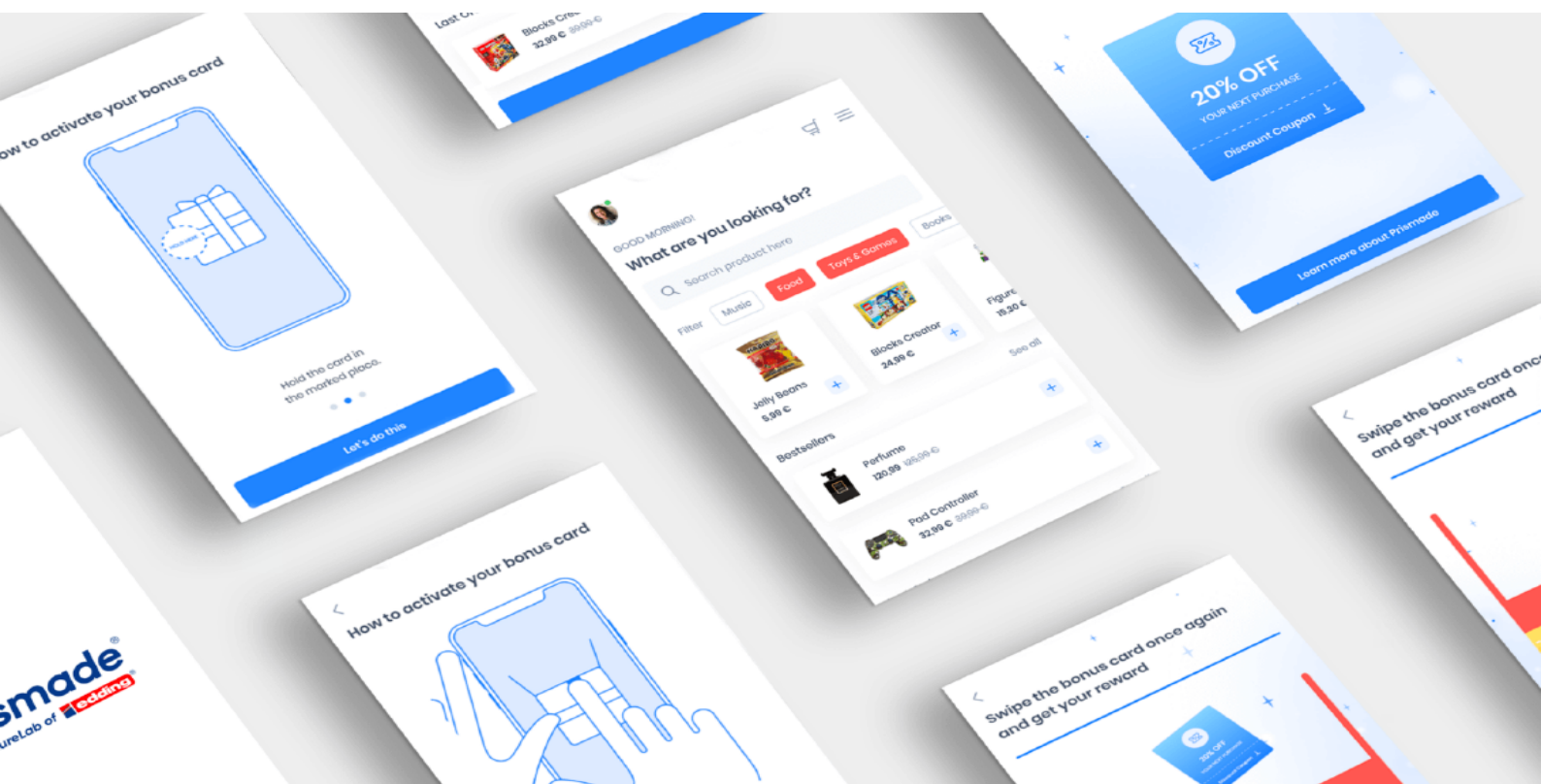
هزینه نهایی برنامه به پیچیدگی و سفارشی سازی راه حل هایی که نیاز به توسعه دارند نیز بستگی دارد. طراحی یک اپ با چندین صفحه ساده، دکمه های استاندارد، تصاویر و جدول های محتوایی نسبت به طراحی اپی که دارای انیمیشن های پیچیده، صفحه نمایش های متعدد و منطق کاربردی پیشرفته است، قیمت طراحی بسیار پایین تری خواهد داشت.

طراحی تجربه کاربری

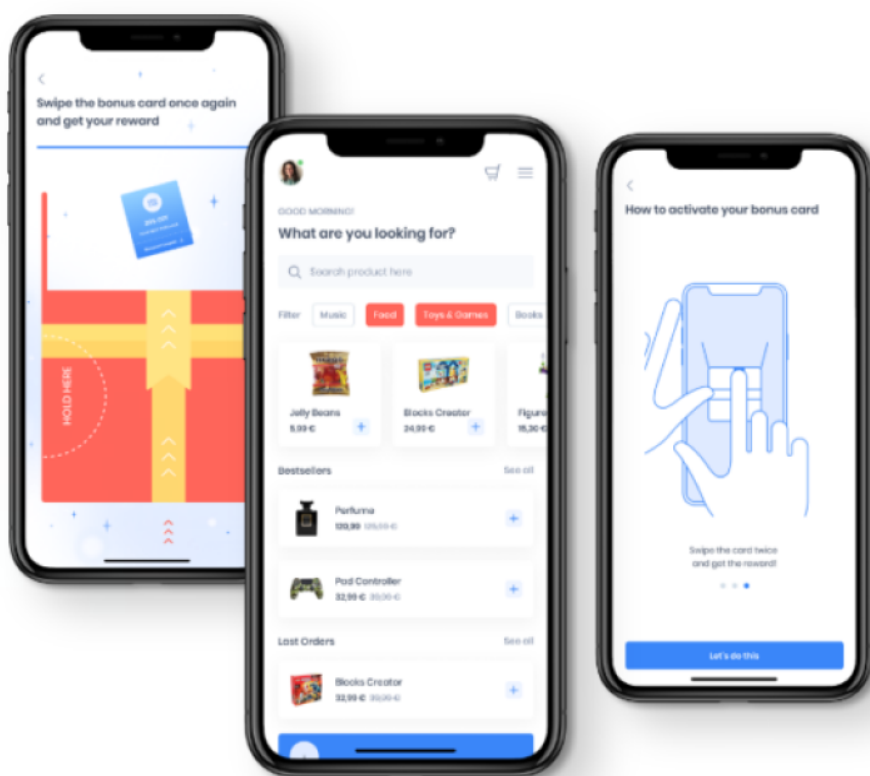
هر زمان که در مورد برون سپاری طراحی برنامه خود به یک شرکت خاص شک دارید، نمونه کارها را بررسی کنید. جدا از پروژه هایی که یک طراح در وبسایت خود قرار می دهد، می توانید حساب کاربری او در Dribbble را بررسی کنید، جایی که نمونه کارهای خود را به اشتراک می گذارد. همچنین می توانید دریابید که آیا شرکتی که انتخاب کرده اید قبلاً با شرکت های دیگر در منطقه شما همکاری کرده است و این همکاری چگونه بوده است و یا بررسی های نظرات مشتریان را بخوانید.

در پایان، هزینه طراحی یک اپلیکیشن چقدر است؟! |

برای نشان دادن هزینه نهایی برنامه و زمان مورد نیاز برای تکمیل آن، به شما توضیح خواهیم داد که برای یکی از آخرین پروژه های ما Prismade، کار به چه صورت بوده است.



چالش اصلی اتصال تجربه اپلیکیشن موبایل با یک کارت فیزیکی بود. همکاری با کارفرما را با برگزاری کارگاه های محصول آغاز کردیم تا نیازهای Prismade را به درستی مشخص کنیم و تمامی وظایف لازم را ارزیابی کنیم. سپس، برای تبدیل ایده به طرح UX/UI ما وایرفریم ها را برای توصیف تمام جلوه ها، مانند صداها، انیمیشن ها و ارتباطات توسعه دادیم. سپس یک نمونه اولیه قابل کلیک آماده کرده ایم. وقتی خروجی از تیم Prismade پذیرفته شد، سبک رابط کاربری، صداها و انیمیشن ها طراحی شدند. در پروژه Prismade، فرآیند UI & UX کاملاً پیچیده بود - به طور کلی، طراحی برنامه Prismade حدود ۱۲۰ ساعت کاری طول کشید. با این حال، این عدد باید فقط به عنوان یک نمونه در نظر گرفته شود. هر بار که همکاری را شروع می کنیم، تیم ما بر اساس تماس با مشتریان و یک خلاصه دقیق که توسط آنها تکمیل می شود، یک ارزیابی تخمینی مشخص تهیه می کند. در پایان ساعت ها در قیمت پایه ضرب شده و هزینه نهایی مشخص می شود.



با سپاس برای زمانی که صرف خواندن کتاب
روندهای رایج UI/UX در ۲۰۲۲
کردید، موفق و سلامت باشید.



سامان وحدت
بنیان‌گذار uipin



مهتا غفاری
مدیر تیم گرافیک



سمانه سلطانی
مدیر تیم محتوا



با توجه به پیشرفت تکنولوژی و توجه زیاد کاربران به خدمات الکترونیکی در جهت رفع نیازهای روزمره ی خود، کسب و کارهای آنلاین زیادی را به این فکر واداشت تا برای جذب و برقراری ارتباط بهتری با مخاطب، به ظاهر بصری وب سایت و اپلیکیشن های خود اهمیت دهند.

لذا، افراد زیادی به سمت طراحی رابط کاربری (User Interface Design) برنامه های تحت وب و موبایل گرایش پیدا کردند.

در UIPin جمعی از طراحان رابط کاربری گرد هم آمده اند تا محصولات دیجیتال را طبق اطلاعات منابع معتبر، از نظر رابط کاربری مورد بررسی قرار دهند؛ و نتایج بدست آمده را با دیگر طراحان و علاقه مندان به اشتراک بگذارند. امید است که با اشتراک گذاری تجربیات و نظرات یکدیگر، طراحان بتوانند محصولاتی با رابط کاربری مناسبتر و کاربردی تر برای مخاطبان بازار هدف خود طراحی کنند. ماموریت وب سایت UIPin، بررسی الگوهای رابط کاربری (User Interface Patterns) استفاده شده در وب سایت یا اپلیکیشن های ایرانی است؛ تا با الهام گرفتن از آنها به طراحان رابط کاربری کمکی کند.



جامعه طراحان تجربه کاربری uxbook، در سال ۱۳۹۵ با همکاری جمعی از طراحان تجربه کاربری فعال و پژوهشگر به هدف ارائه کتاب ها فارسی در زمینه یادگیری علم تجربه کاربری توسط سامان وحدت (توییت: @saman_vahdatl) تاسیس شد و تا به امروز به لطف و همراهی جمعی با کیفیت از طراحان، کارنامه خوبی بدست آورده است :

۱. ارائه ۱۰ کتاب آموزش طراحی تجربه کاربری به صورت E-Book

۲. ترجمه و انتشار ۱۰۰ مقاله آموزشی از سمت طراحان فعال تیم uxbook

۳. چاپ و انتشار کتاب «طراحی تجربه کاربری برای مبتدیان»

۴. برگزاری دو کارگاه آموزش طراحی تجربه کاربری - تهران

۵. برگزاری بیش از ۷۰ دوره خصوصی آموزشی به روش منتورشیپ ...

قطعا برای سال جدید برنامه های خوبی را در نظر داریم و حضور تک تک شما برای ما دلگرم کننده و ارزشمند خواهد بود. Uxbook یک جامعه طراحان تجربه کاربری با هدف رشد و شکوفایی جمعی است و این فرصت برای هر فرد که عضو تیم ما شده وجود دارد تا تجربیات خود را از طریق وب سایت uxbook منتشر کند. مشتاقانه منتظر حضور پرشور و خلاق شما هستیم!