



دانشگاه اصفهان  
دانشکده مهندسی کامپیوتر

پدیدآورندگان:  
امیر ارشیا همت  
پوریا صامتی  
فاطمه آقابابایی  
علیرضا دستمالچی ساعی

استاد درس:  
جناب آقای دکتر نوربههانی

۱۴۰۱ پاییز

# مستندات پژوهه تعامل انسان و کامپیوتر

- مقدمه

- فاز یک

- گام اول: نظرسنجی

- گام دوم: مصاحبه

- گام سوم: گروه متتمرکز

- گام چهارم: پرسونا

- گام پنجم: داستان‌های کاربر

- گام ششم: نقشه سفر مشتری

- فاز دو

- گام اول: تعریف مسئله

- گام دوم: تحلیل رقبا

- گام سوم: ایده‌پردازی

- گام چهارم: بیان اهداف

- گام پنجم: ترسیم معماری اطلاعات

- گام ششم: ترسیم نمودار جریان کاربر

- گام هفتم: تهیه استوری برد

- گام هشتم: طراحی وایرفریم

- گام نهم: طراحی پروتوتاپ کم جزئیات

- گام دهم: تست پروتوتاپ

- فاز سه
- گام اول: انتخاب فونت
- گام دوم: ساخت پالت رنگی
- گام سوم: انتخاب آیکون پک
- گام چهارم: ساخت گرید سیسیستم
- گام پنجم: ساخت کتابخانه کامپوونت
- گام ششم: طراحی رابط کاربری صفحات
- گام هفتم: پروتوتایپ رابط کاربری صفحات
- گام هشتم: تست کاربردپذیری



## خلاصه پروژه:

هدف ما در این پروژه توسعه پلتفرمی برای اتصال شرکت‌های مختلف به افراد جویای کار می‌باشد. در این راستا ما با دو دسته از افراد مختلف روبرو هستیم. بخشی از افراد که احتمالاً مسئولین نیروی انسانی شرکت‌های مختلف هستند و بخش دیگری از افراد که دنبال کار می‌گردند. ما برای نیازسنجی و بررسی نظرات افراد مختلف نیازمند نظرسنجی با دو گروه مختلف بودیم که همان دو گروه کاربران ما را تشکیل داده‌اند.

فَلَوْلَى



# گام اول- نظرسنجی

در گام اول ما به دو نظرسنجی متفاوت براساس نیازهای کارجو و شرکت تهیه کردیم و تلاش کردیم تا جای ممکن آنها را انتشار دهیم و براساس آنها طراحی محصول را انجام دهیم. در این نظرسنجی‌ها که سه نظرسنجی بودند، مجموعاً بیش از ۴۰ نفر مشارکت داشته‌اند.

# گام دوم- مصاحبه

ما در بخش مصاحبه، براساس شناختی که از افراد داشتیم، ۱۱ نفر را مشخص کردیم بودیم ولی با توجه به صحبت‌های اولیه‌ای که با آنها انجام دادیم با شش نفر به مصاحبه نهایی رسیدیم. مصاحبه با هر کدام از افراد تقریباً بین بازه ۲۰ تا ۳۰ دقیقه به طول انجامید و تمام مصاحبه‌ها توسط دو نفر انجام گشت. یکی از افراد به بررسی احساسات می‌پرداخت و پاسخ‌های فرد را یادداشت می‌کرد و فرد دیگر سوالات را می‌پرسید.



# گام سوم- گروه تمرکز

ما برای تشخیص بهتر احساسات کاربران و همینطور شناخت بیشتر دامنه فعالیت‌مان صرفا به مصاحبه و نظرسنجی اکتفا نکردیم و پس از این دو مورد به سراغ ایجاد یک گروه تمرکز و بحث پیرامون موضوعات رفتیم. هدف ما تشکیل دو گروه تمرکز مختلف به جهت تفکیک افراد با ویژگی‌های مختلف بود اما بدلیل تعطیلی ناگهانی چهارشنبه تنها موفق به برگزاری یک گروه تمرکز با ۵ نفر گشتمیم:

افراد حاضر در این جلسه به شرح زیر بودند:

- امیرارسلان جمیلی، مهندسی پزشکی، دانشگاه اصفهان
- سعید رضوی، مهندسی برق، دانشگاه صنعتی شریف
- سیدعلی حسینی، مهندسی کامپیوتر، دانشگاه صنعتی شریف
- کیانوش وداعی، مهندسی کامپیوتر، دانشگاه اصفهان
- مهرشاد کاووسی، علوم کامپیوتر، دانشگاه اصفهان



# سوالات نظرسنجی و دلیل انتخاب آنها

با توجه به اینکه پلتفرم ما در بخش کارفرما و کارجو تعریف می‌شود برای طراحی محصول نهایی باید از هردو بخش پرسشنامه‌ای تهیه کنیم. با توجه به این موضوع ما دو پرسشنامه تعریف کردیم و سعی کردیم برای طراحی از دو بخش سوالات خود را در دو پرسشنامه برای کارجو و کارفرما تعریف کردیم. براساس اینکه افراد در دسترس ما بیشتر در سمت کارجو هستند، سعی کردیم بیشتر طراحی‌های خود را بر مبنای کارجو داشته باشیم و از نقطه نظرات کارفرما نیز در طراحی استفاده کنیم.

سوالات پرسیده شده در نظرسنجی:

## سوالات نوع اول: اطلاعات فردی

- دلیل انتخاب این نوع سوالات، شناختن هرچه بیشتر کاربر و تاثیر در فرآیندها و همینطور انتخاب رنگ‌ها و فونت تاثیر ببخشیم
- سوالات نوع دوم: تجربه در استفاده سایتها مشابه:
- در این سوالات هدف شناختن میزان نیاز به محصول و همینطور تجربه وی برای کارکرد محصول بوده است. درواقع ما این سوالات را به گونه‌ای طراحی نموده‌ایم که بدانیم باید به چه میزان به پاسخ‌ها و نیازهای کاربر اهمیت دهیم (در این سوالات قوانین تست مامان رعایت شده است)

## سوالات نوع سوم: نیازسنجی

- در این سوالات سعی شده است تا بیشتر از هر چیز بدانیم قرار است مخاطبین هدف ما از چه قشری از جامعه باشند. براساس نظرسنجی‌ها با توجه به اینکه بیشتر کاربران ما را برنامه‌نویسان و شرکت‌های برنامه‌نویسی تشکیل می‌دهد باید در فاز طراحی رنگ‌ها و فونت‌هایی استفاده شده که این دسته از افراد را بیشتر جذب می‌کند. در سمت دیگر سعی شده فرضیات خود را با آنها آزمایش کرده و میزان اهمیت مشکلاتی که در ذهن داشتیم را از کاربران بپرسیم.

## سوالات نوع چهارم: اطلاعات ارتباطی

- دلیل این سوال نیز ارتباط بیشتر با شرکت‌کنندگان در تست می‌باشد.

# سوالات مصاحبه و دلیل انتخاب آنها

نکته بسیار مهم در روند این بوده که سوالات ما از مصاحبه‌شوندگان به صورت open-end است به صورتی که سوال بعدی‌ای که از شرکتکنندگان پرسیده می‌شود بر مبنای پاسخ قبلی آن‌ها بوده است. هرچند پیش از مصاحبه سوالاتی را از قبل آماده کرده و روندی را برای مصاحبه ترسیم نموده‌ایم. نکته دیگری که می‌تواند حائز اهمیت باشد، این نکته است که سوالات پرسیده شده از کاربران باید تا حدی شخصی‌سازی شده باشد. همینطور سعی شده است که مصاحبه با افرادی از زمینه‌های مختلف انجام گردد تا دامنه تحت پوشش افزایش یابد.

سوالات زیر از مصاحبه‌شوندگان به صورت کلی پرسیده شده است.

- اطلاعات شخصی
- رشته / تخصص / حوزه کاری
- تجربه کار با سایتها مشابه / اگه توی کاری رفتن از چه طریقی اون موقعیت رو پیدا کردن؟
- چطوری موقعیت‌های مورد نظر خودشونو توی سایت پیدا می‌کنن؟
- دنبال موقعیت شغلی برای چه بازه زمانی هستند؟
- احساساتشون از کار با رزومه‌سازها و انتظاراتشون از یک رزومه‌ساز.
- روند مصاحبه‌هایی که انجام شده و نحوه بهبود آن.
- دغدغه‌هاشون موجود در آگهی‌های شغلی و نحوه حل مشکلات آن.
- آیا آگهی‌هایی که دیده تموم اطلاعات لازم برای کارجو رو مشخص کرده بودند یا نه؟
- بر اساس فیلترهایی که می‌کرده آیا از نتایج و موقعیت‌هایی که سایتها پیشنهاد می‌دادن راضی بوده یا نه؟

# گروه تمرکز

در ابتدا به بررسی شرکت‌کنندگان گروه تمرکز می‌پردازیم. همانطور که در صفحات قبل نام، رشته و دانشگاه شرکت‌کنندگان را دیده‌ایم، سعی شده است که افراد انتخابی برای گروه تمرکز از رشته‌ها، دانشگاه‌ها و سال‌های ورودی مختلف باشد. این اتفاق باعث می‌شود تا افراد بتوانند بیشتر هم را نقد کرده و نظرات مختلف آن‌ها راه را برای مشخص کردن مشکلات مختلف هموار سازد. این گروه تمرکز به دلیل اینکه برخی از شرکت‌کنندگان آن، در تهران و برخی اصفهان بودند به صورت مجازی برگزار گردید. این جلسه تقریباً یک ساعت به صورت رسمی به طول انجامید و در بیست دقیقه ادامه آن بحث‌های متفرقه پیرامون عملکرد سایت کوئرا و تاثیرش بر جامعه توسعه‌دهندگان انجام گردید. با توجه به اینکه افراد این گروه تمرکز با حساسیت بالایی انتخاب شده بودند تاییج خوبی از این بحث‌ها گرفته شد که زمینه‌ساز طراحی هرچه بهتر محصول و همینطور یافتن نقاط درد کاربر (user pain) گردید.

تاییجی که از گروه تمرکز استخراج گشت به صورت زیر بوده است.

- ۱) شرکت‌هایی که می‌توانند رزومه‌های کارجو را ارزیابی و صحبت‌سنجدی کنند می‌توانند خدمتی بسیار مناسب ارائه داده و ارزش پیشنهادی خوبی را داشته باشند.
- ۲) روند مصاحبه‌های طی شده بسیار طولانی و طاقت‌فرساست و شرکت‌ها معمولاً کمکی در جهت تسريع روند مصاحبه انجام نمی‌دهند.
- ۳) بحث دیگری که در بخشی از جلسه به آن اختصاص داشت امکان گرفتن بازخورد از شرکت‌ها برای رد شدن در رزومه است. این ایده زمینه‌ساز طراحی سیستم امتیازدهی به شرکت‌ها بوده و همین بحث کمک شایانی به طراحی سیستم امتیازدهی نموده است.
- ۴) مشکل اصلی توسعه‌دهندگان فریلنسنر این است که مشکلی با انجام کار پاره‌وقت ندارند اما بدلیل اینکه تسکوهای پروژه غالباً به صورت دقیق مشخص نمی‌باشد و معمولاً شرکت‌ها به صورت پروژه‌محور با کارجوها کار نمی‌کنند در صورتی‌که برای هردو طرف سودمند می‌باشد.

# لیست افراد حاضر در مصاحبه

- رضا رستگاری
- میلاد محمدی
- میترا عمرانی
- علیرضا کوهکن
- امیرعلی عبدالرزاق نژاد
- طاها داوری
- محمدمهری فرجزاده

## گام چهارم- پرسونا

در گام سوم و با بررسی و مطالعه نظرسنجی‌های مختلف، اشتراک‌گذاری و یافتن مشابهت بین مصاحبه‌ها آن را ترکیب کرده و در نهایت به پنج دسته و شخصیتی که در بردارنده ویژگی‌های مشترک می‌باشد رسیدیم و برای آن‌ها پرسونا را رسم نمودیم.



# گام پنجم - داستان‌های کاربر

در این قسمت قصد داریم داستان‌های کاربران مختلف را بیان کنیم (البته این داستان‌ها در فیگما نیز آورده شده است):

**محمد ثمربخش:** به عنوان یک دانشجو بیکار، از آنجایی که باید رزومه خود را تا حد امکان شخصی‌سازی کرده و برای شرکت‌های مختلف بفرستم، به رزومه‌سازهای خودکار با امکان شخصی‌سازی زیاد نیازمندم.

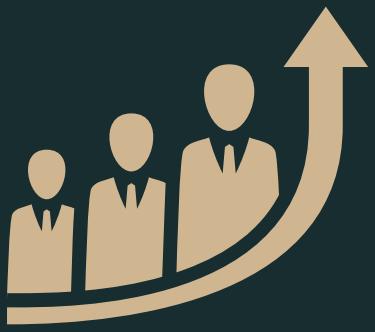
**حسین زحمتکش:** به عنوان یک دانشجو، با توجه به این‌که فردی بسیار درونگرا هستم، انتظار طولانی مدت برای انجام مصاحبه‌ها برای من بسیار سخت است و می‌خواهم روند انجام مصاحبه‌ها سریع‌تر و شفاف‌تر باشد.

**کاظم بهمنی:** به عنوان یک بازی‌ساز کامپیوتری، با توجه به این‌که در حوزه کاری من پوزیشن‌های باز زیادی وجود ندارد، اهمیت بازخورد‌هایی که شرکت‌های مختلف به رزومه من می‌دهند بسیار زیاد می‌باشد. به همین دلیل، وجود یک ساز و کار برای وادار کردن شرکت‌ها برای بازخورد دادن به رزومه‌ها، بسیار حائز اهمیت است.

**مسعود مسعودی:** به عنوان یک توسعه‌دهنده وب، با توجه به این‌که در مصاحبه‌های زیادی شرکت می‌کنم، علاقه‌مندم تا برای تمرکز بیشتر روی شرکت‌های دلخواه، از میزان پیشرفت وضعیت مصاحبه‌هایی که کرده‌ام اطلاع دقیقی داشته باشم.

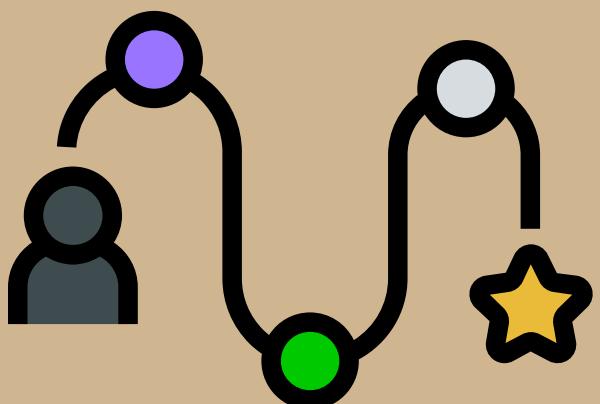
**قلی گلی:** به عنوان یک دانشجو، می‌خواهم برای اطمینان از حداقل و حداقل حقوق دریافتی‌ام از شرکت، بازه حقوقی توسط کارفرما مشخص شود.

# گام ششم - نقشه سفر مشتری

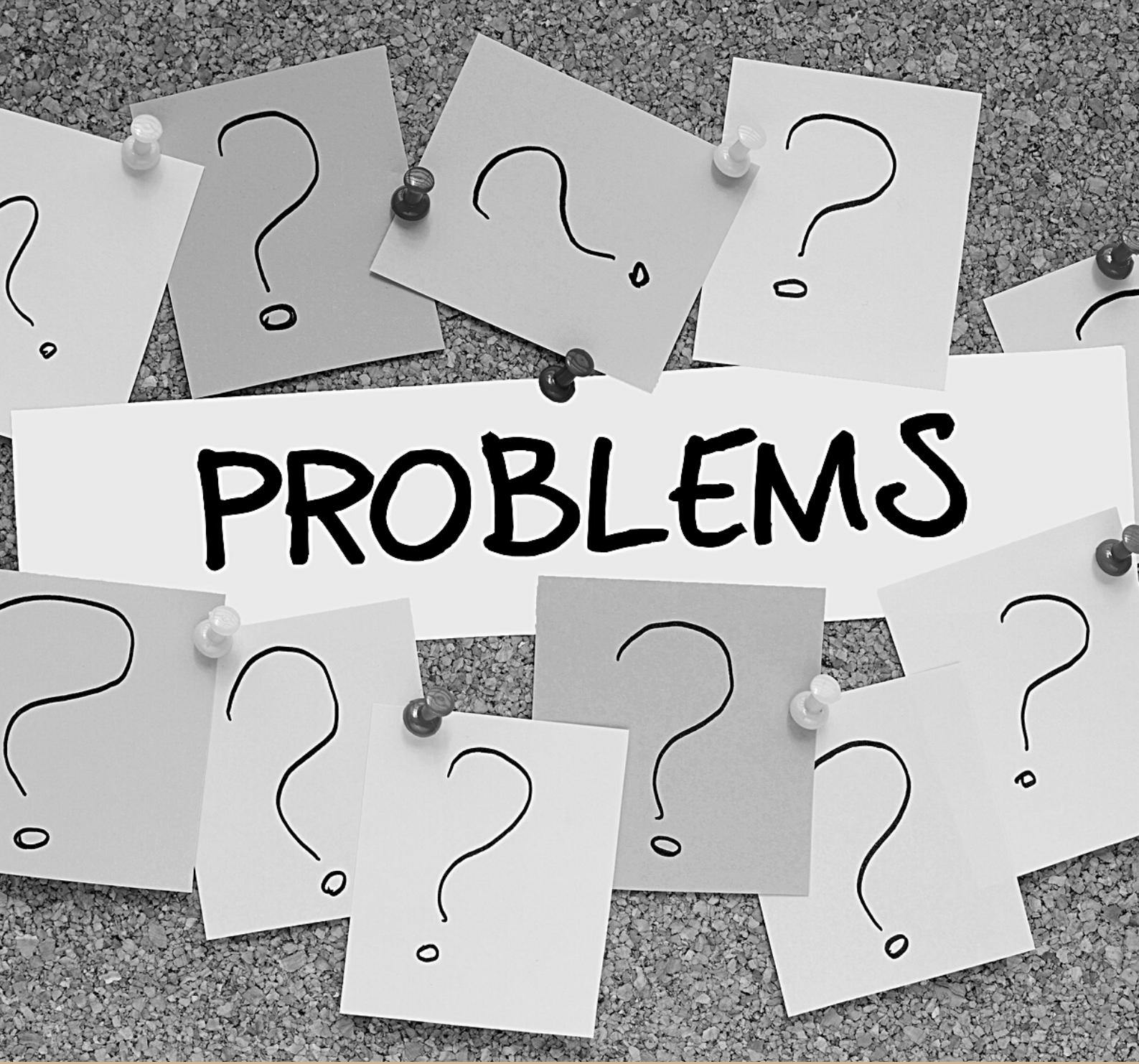


پس برای هر پرسونا، یک نقشه سفر تهیه می‌کنیم تا مجموعه‌ای از تجربیات کاربر را حین دستیابی به یک هدف خاص جمع‌آوری کنیم. این کار باعث می‌شود تا سوگیری‌های طراحی از بین برود و فرصت‌ها و دغدغه‌های جدید شناسایی شوند و طراحان بتوانند مسیرهایی راحت و بدون مانع برای کاربران ایجاد کنند. برای این کار هر هدف را به تعدادی زیر مرحله تقسیم کرده و احساسات و نظرات کاربران را برای هر مرحله بررسی می‌کنیم.

در این گام ابتدا ما براساس اهداف مشتریانی که آن‌ها را دسته‌بندی کرده بودیم اقدام به طراحی یک نقشه سفر مشتری کردیم تا بتوانیم آن‌ها را به اهدافی که در داستان مشتری آورده بودیم نزدیک کنیم؛ در کنار این مورد سعی کردیم احساسات مشتریان خود را در نظر گرفته و برای چالش‌ها و احساسات ناخوشایندی که ممکن است در طول این فرآیند تجربه کنند پاسخ‌های منطقی و قابل انجام داشته باشیم.



فاز دنوم



# PROBLEMS

## گام اول - بیان مسئله

در این گام، ما پس از شناسایی نیازهای کاربر توانستیم مسئله را به صورت دقیق مشخص کرده و سپس محدودیت‌های طراحی و موارد قابل تحويل به کاربر را تعیین کردیم. به همین منظور، برای هر نیاز به پنج سوال پاسخ دادیم تا مسئله به صورت شفاف و واضح بیان شود. فایل‌های مربوطه در درایو گروه می‌باشد

# گام اول - محدودیت‌های طراحی، موارد قابل تحویل و معیارهای موفقیت

## محدودیت‌های طراحی:

محدودیت‌های طراحی موجود برای ما می‌تواند شامل هزینه و زمان انجام کار می‌باشد. درواقع با توجه به اینکه محدودیت زمانی برای انجام پروژه‌ها داریم و همینطور باید پس از فاز تست اقدام به بازطراحی پروژه‌های خود نماییم باید در زمان تعریف موارد قابل تحویل و همینطور سنجه‌های موفقیت برای تست آن به این نکته نیز توجه نماییم. محدودیت دوم نیز منطقاً محدودیت هزینه می‌باشد به این صورت که براساس میزان هزینه دریافتی از کاربر باید به بررسی کیفیت و همینطور امکانات پرداخته و از میان آن‌ها بخشی‌هایی را که نمی‌توانید یا از نظر زمانی توانایی انجام آن را نداریم از پروژه حذف نماییم. در این پروژه سعی شده است تا حد امکان تمام موارد ذکر شده و همینطور موارد اضافی انجام گردد. برای اعمال این محدودیت باید بررسی کرد هربخشی از طراحی تا چه اندازه به نیاز کاربر نزدیک بوده و تا چه حد می‌تواند نیازهای کاربر را برآورده سازد.

## موارد قابل تحویل:

موارد قابل تحویل در این پروژه امکان ثبت یک درخواست شغلی توسط کارجو، طراحی و ساخت رزومه مبتنی بر توانایی‌های کاربر و همینطور امکان مشاهده روزمه‌های ساخته و همین‌طور روند پیش‌رفت مصاحبه‌ها برای کاربر است. نکته دیگری که در طراحی لحاظ شده است امکان دادن امتیاز به شرکت‌ها توسط کارجو و لزوم دادن فیدبک توسط شرکت‌ها به کارجو است.



## معیارهای موفقیت:

معیارهای موفقیت این پلتفرم را می‌توان نسبت ارسال رزومه به کل بازدیدهای اپ دانست. علاوه بر آن می‌توان میزان زمانی که کاربر در اپ مشغول بازدید است نیز می‌تواند سنجه‌ای برای موفقیت طراحی باشد. یکی از معیارهای به نسبت ساده دیگری که می‌توان استفاده کرد بررسی و تحلیل میزان کلیک‌های منجر به ارسال رزومه باشد. این کلیک‌ها هرچقدر که بیشتر باشد می‌تواند ارزشمندتر باشد و نشان‌دهنده این است که کاربر توانسته به یکی از اهداف خود که درخواست برای یک موقعیت شغلی است برسد. یکی دیگر از سنجه‌های بسیار موثر موجود در طراحی نیز بررسی CSAT می‌باشد که میزان رضایت کاربر را از تجربه کار با اپ نشان می‌دهد.

## گام دوم - تحلیل رقبا

ما در بخش تحلیل رقبا، ایده‌ها و طراحی‌های مشابه موجود در بازار را بررسی کردیم تا شکاف بین محصول و کاربران را پیدا کرده و راه حلی برای مشکلات فعلی پیابیم.

## رقبا

در این گام، هم به تحلیل رقبای مستقیم و هم غیرمستقیم پرداختیم.

لینکدین، کوئرا و جابینجا رقبای مستقیم ما و پونیشا، پارس کدرز، انجام می‌دم، کاریشه و ورکفا رقبای غیرمستقیم ما در این بررسی بودند و آن‌ها را بر اساس برداشت اولیه از طراحی‌شان، نحوه تعامل آن‌ها با کاربر و درجه سختی کار با رابط کاربری آن‌ها مقایسه کردیم.

جداول تهیه شده از تحقیق در درایو قرار داده شده است.



## گام سوم - ایده‌پردازی

در این گام ما اقدام به بررسی ایده‌های ممکن بر اساس نیازهای کاربران کردہ‌ایم. پس از اینکه رقبا را بررسی کرده و مشکلات کاربران را شناختیم، اکنون می‌توانیم براساس ضعفهای رقبا یا نقاطی که پوشش ندادند و همینطور مشکلات کاربران اقدام به ایده‌پردازی نماییم.



## گام سوم - توضیح جلسه ایده‌پردازی

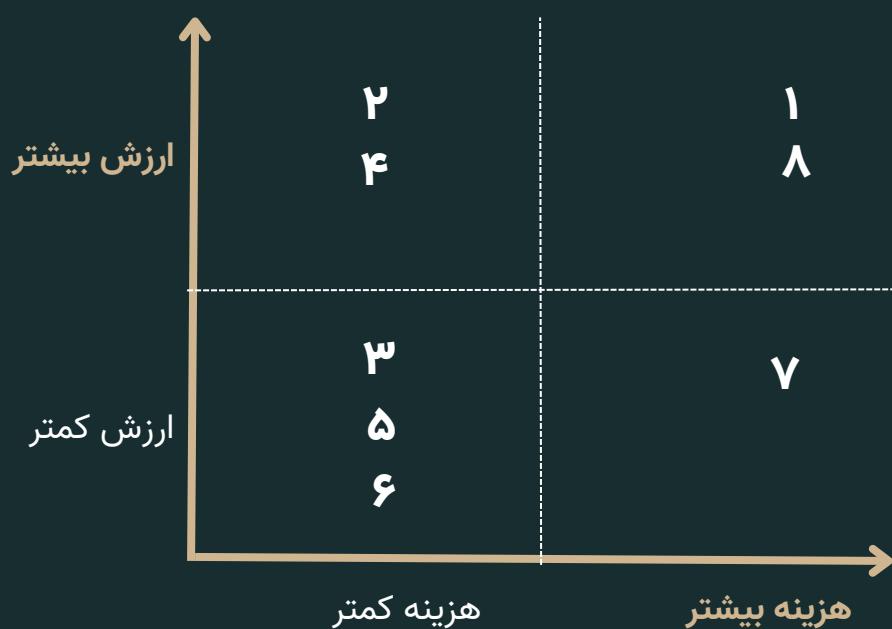
در این جلسه که به صورت حضوری در کلاس ۱۴ ساختمان فنی قدیم برگزار گردید، از روش Crazy eights استفاده گردید و در این روش، هشت طرح در هشت دقیقه داده شده که بعد از تمام هشت دقیقه اسکچهای این طرحها رسم و اکنون در درایو پروژه قرار داده شده است. با توجه به محدودیت زمان و همینطور بارش فکری انجام شده، توانستیم به هشت ایده بررسیم که آنها را در ماتریس اولویت‌بندی قرار داده‌ایم

### لیست ایده‌ها:

- ۱- رزومه‌ساز با امکان شخصی‌سازی بالا در سایت وجود داشته باشد. همچنین رزومه‌ساز به کاربران آزادی عمل زیادی جهت تغییر و شخصی‌سازی رزومه خود بدهد.
- ۲- وجود یک ساختار زمانی و وضعیتی برای نمایش روند مصاحبه
- ۳- امکان تعریف پروژه‌های کوتاه و میان‌مدت به صورت خاص برای کارفرما و همین‌طور نمایش جداگانه آن برای کارجو
- ۴- در سایت، شرکت‌ها موظف باشند به رزومه افراد بازخورد دهند و پس از آن کارجو به میزان خوب بودن این بازخورد امتیاز دهد.

- ۵- پس از تایید رزومه فردی، به کارفرما: یک مهلت زمانی داده می‌شود تا مصاحبه را انجام دهد و اگر تا آن زمان انجام نداد امتیاز منفی دریافت می‌کند.
- ۶- امکان وارد کردن حقوق بازه‌ای برای کارفرما وجود داشته باشد و کارجو امکان بازخورد دادن به آن بازه حقوقی را داشته باشد.
- ۷- سایت به صورت خودکار به کمک الگوریتم‌های یادگیری ماشین تشخیص بدهد که آیا نیازمندی‌های کارفرما با حقوقی که تعیین کرده است مطابقت دارد یا خیر.
- ۸- امکان آپلود کردن رزومه‌های مختلف براساس نیازمندی‌های شرکت‌های مختلف برای آنها وجود داشته باشد.

## ماتریس اولویت‌ها



اسکچ‌های ایده‌ها در گوگل درایو پروژه قرار گرفته است.

# گام چهارم - بیان اهداف

## هدف یک

پلتفرم جابیاب، به منظور تسهیل روند کاریابی برای کارجویانی که قصد استخدام یا اخذ پروژه را دارند امکان تعریف بازه حقوقی برای کارفرما، بررسی میزان عادلانه بودن نرخ تعیین شده توسط کارفرما، همچنین تعریف پروژه کوتاه‌مدت، و مشخص کردن روند مصاحبه و همین‌طور تلاش حداکثری در جهت کاهش زمان روند آن را می‌دهد. ما این تاثیر را به کمک میزان زمان صرف شده برای استخدام از سمت کارجو و همین‌طور نرخ ارسال رزومه به میزان بازدید از آن شغل یا پروژه اندازه‌گیری می‌کنیم.

## هدف دو

پلتفرم جابیاب، به منظور بالا بردن کیفیت رزومه کارجوها و همین‌طور افزایش شанс قبولی آنها در موقعیت‌های شغلی، امکاناتی نظیر شخصی‌سازی زیاد رزومه‌ها، گرفتن فیدبک از شرکت‌ها و کارفرما پس از رد شدن در مصاحبه و ساخت رزومه‌های مختلف بر اساس نیازمندی‌های هر شرکت را در اختیار آنها قرار می‌دهد. ما این تاثیر را به کمک نرخ پذیرش رزومه‌های کاربر بر کل رزومه‌های ارسالی و همین‌طور امتیاز کارجو به فیدبک‌های ارسالی توسط کارفرماها اندازه‌گیری می‌کنیم.



## گام پنجم - معماری اطلاعات

در این گام هدف ما طراحی ساختاری برای چینش اطلاعات است. با توجه به اینکه دسته‌های ما از پیش تعیین شده بودند، برای کارت سورتینگ از روش بسته استفاده کردہ‌ایم. برای اینکه بتوانیم معماری اطلاعات خود را بهتر بچینیم با کمک سایت‌های معرفی شده یک فایل کارت سورتینگ ساختیم و براساس آن‌ها مرتبسازی را انجام دادیم و نمایش ساختار درختی را در گوگل درایو قرار داده‌ایم.

### لینک کارت سورتینگ

# گام ششم - جریان کاربر



در این بخش از جریان کاربر استفاده می‌کنیم تا مسیری شفاف از حرکات کاربر را ترسیم نماییم.

خروجی این بخش نیز در گوگل درایو قرار دارد.

## گام هفتم - استوری بورد

در این گام سناریوهای کاربر را براساس اهداف خود که به صورت جامع نوشته‌ایم، رسم کرده و در قابل استوری بوردهای بیگ‌پیکچر درآورده‌ایم.  
لینک سناریوهای کاربر در گوگل درایو آورده شده است.

- لینک فیگما برای بررسی wireframe طراحی شده و پروتوتاپ:

لینک فیگما (روی همینجا کلیک کنید)

- اطلاعات گام‌های هشت و نه و ده همگی در درایو موجود است



فاز سوم

# گام اول - انتخاب فونت

فونت: ایران سنس

دلیل:

- دارای لبه‌های گرد
- حسن صمیمیت
- چند نوع و حالت مختلف به صورت مجزا برای اعداد و حروف
- چند حالت از نظر درشتی قلم
- مناسب برای نمایش اعداد فارسی
- مناسب برای پاراگرافها و تیترها

تصویر فونت



## گام دوم - پالت رنگی

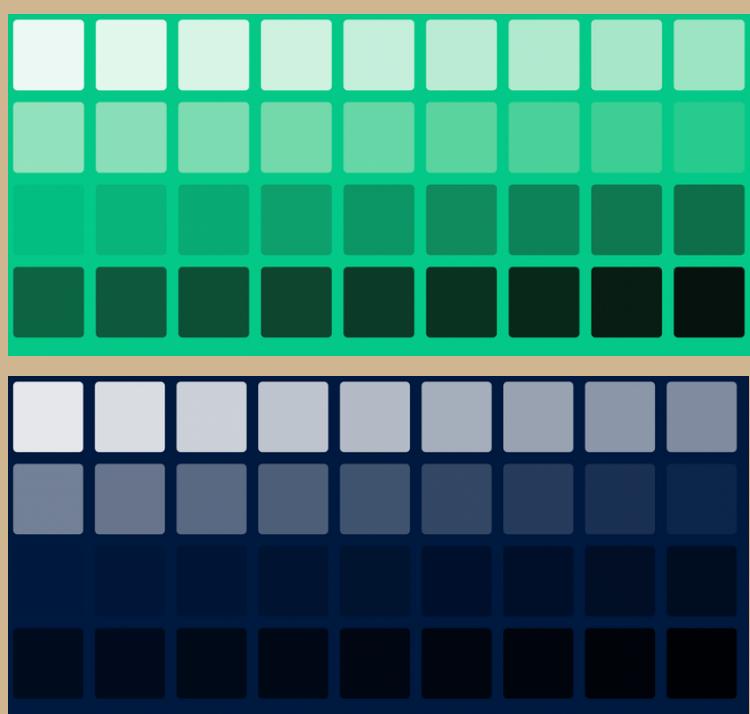
برای انتخاب رنگ با توجه به اینکه بسیار بسیار از اهمیت زیادی برخوردار بود، زمان زیادی صرف شده است. انتخاب رنگ‌بندی ما به این صورت بوده که در ابتدا اهدافمان از انتخاب یک رنگ را مرور کرده و سپس به دنبال رنگ‌های با آن اهداف خاص رفتیم. به طور مثال ما به دنبال نمایش تکنولوژیک بودن برنامه و همینطور صمیمیت بودیم و به همین دلیل رنگ آبی (سورمهای) را انتخاب کردیم.

بی‌شک یکی از مهم‌ترین اهداف یک سایت کاریابی یافتن پول و درآمد است و به همین دلیل رنگ سبز را نیز انتخاب کردہ‌ایم. در طراحی خود سعی کردہ‌ایم از قانون ۶۰، ۳۰، ۱۵ نیز استفاده کنیم.

پالت رنگی ما به صورت زیر می‌باشد:



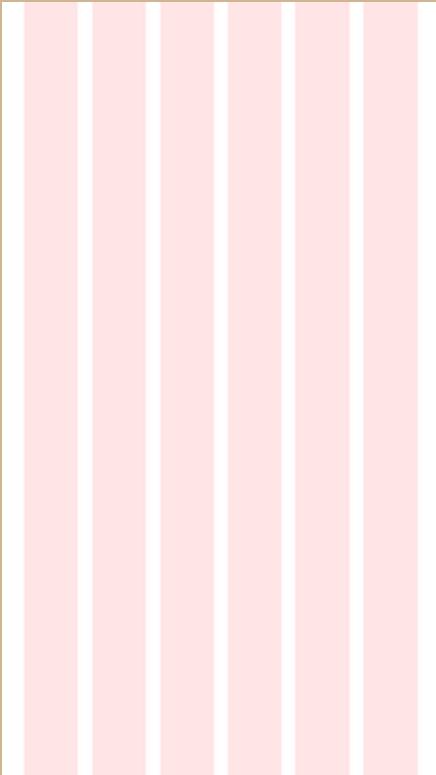
شیدها به صورت زیر است:



## گام سوم - انتخاب آیکون‌ها

برای انتخاب آیکون پک از پک Iconsax استفاده کرده‌ایم که دلیل انتخاب آن تعداد زیاد فونت‌ها و همینطور وزن‌های مختلف برای آن‌ها بوده است.

## گام چهارم - طراحی گرید



پس از بررسی انواع گریدها تیم به این نتیجه رسید که از layout grid استفاده کند و جدیداً از این نوع گرید در طراحی‌ها استفاده می‌گردد.

طراحی ما در سایز اپلیکیشن موبایل بوده و به همین دلیل پس از صحبت با تی‌ای‌ها به این نتیجه رسیدیم که سایز موبایل باید margin را برابر ۶ و همینطور gutter را برابر ۱۲ درنظر می‌گیریم. شایان ذکر است که ما براساس گرید ساخته شده

# گام پنجم - کتابخانه کامپوننت

با توجه به اهمیت دکمه‌ها، منوها و همینطور ورودی‌های برنامه ما باید کامپوینت‌هایی که طراحی می‌کنیم از یک قاعده پیروی کنند؛ در این راستا ما می‌توانیم با الهام‌گیری و کمک از دیزاین سیستم‌های معروف یک پارچگی طراحی خود را افزایش داده و به کاربر حس بهتری القا نماییم.

ما برای این کار از دیزاین سیستم material 3 design kit الهام گرفته و به کمک آن طراحی خود را انجام داده‌ایم.

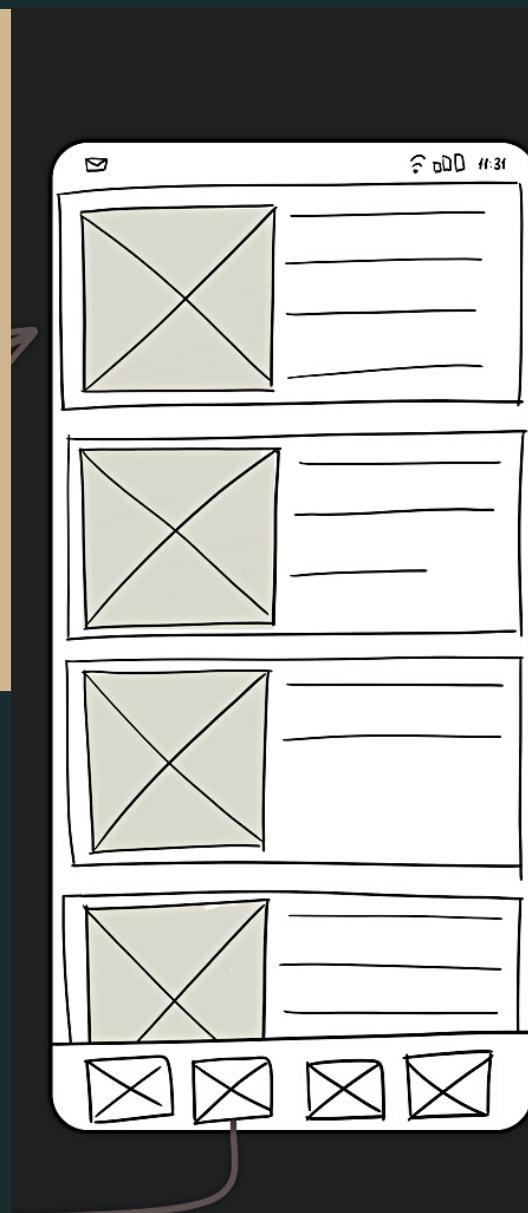
## گام ششم و هفتم - طراحی رابط کاربری و پروتوتایپ

براساس طراحی‌های انجام شده در فاز قبلی به صورت وايرفریم و همینطور انجام تست بر روی آن، اکنون می‌توانیم به یک طراحی سطح بالا برسیم و بر مبنای آن تست‌های کاربردپذیری را نیز انجام دهیم.

- لینک فیگما برای بررسی تصاویر طراحی شده و پروتوتایپ:

لینک فیگما (روی همینجا کلیک کنید)

نتایج تست کاربردپذیری در گوگل داک می‌باشد



با توجه به داک پروژه طراحی‌ها و نتایج نظرسنجی‌ها و همینطور تحقیقات ما در گوگل داک ما قرار داده شده است.



لينك دعوت به تيم فيigma

لينك گوگل درایو تیم