

العطاء الرقمي  
Attaa Digital



# تجربة المستخدم ودورها في التحول الرقمي



اسم العميل  
اسم العميل

للتواصل



R.almazroo@gmail.com

مقدم المحاضرة

رزان محمد المزروع

مدير ادارة الابتكار وتصميم الخدمات  
في برنامج يسر للتعاملات الإلكترونية  
الحكومية

# محاوِر اللقاء

العطاء الرقمي  
Attaa Digital



1

أهمية تجربة المستخدم في  
التحول الرقمي

2

ماهي تجربة المستخدم؟

3

مراحل تجربة المستخدم في  
المشاريع الرقمية

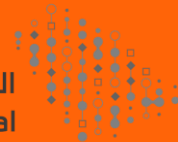
4

العائد من الاستثمار لتجربة  
المستخدم UX ROI

5

نموذج قياس نضج المنشأة في  
التجربة الرقمية



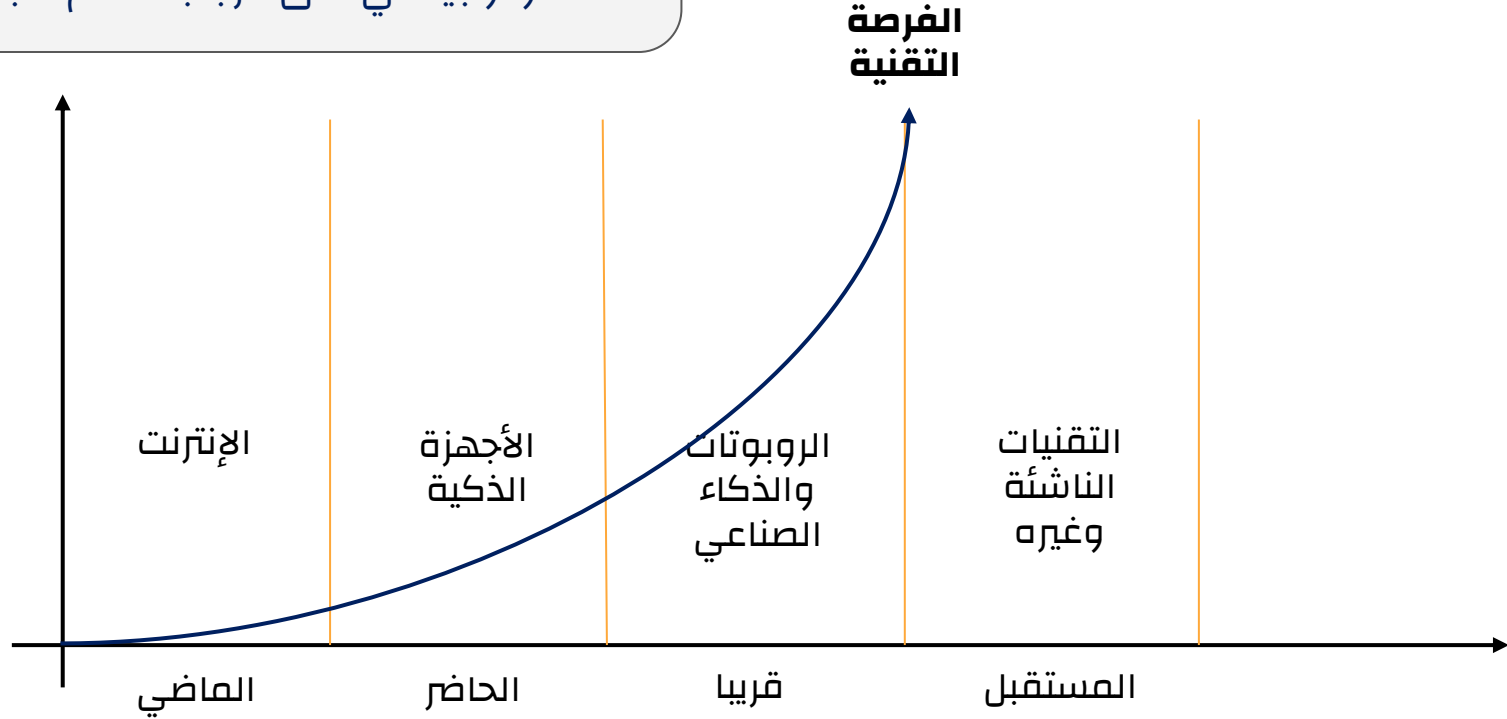


# أهمية تجربة المستخدم في التحول الرقمي

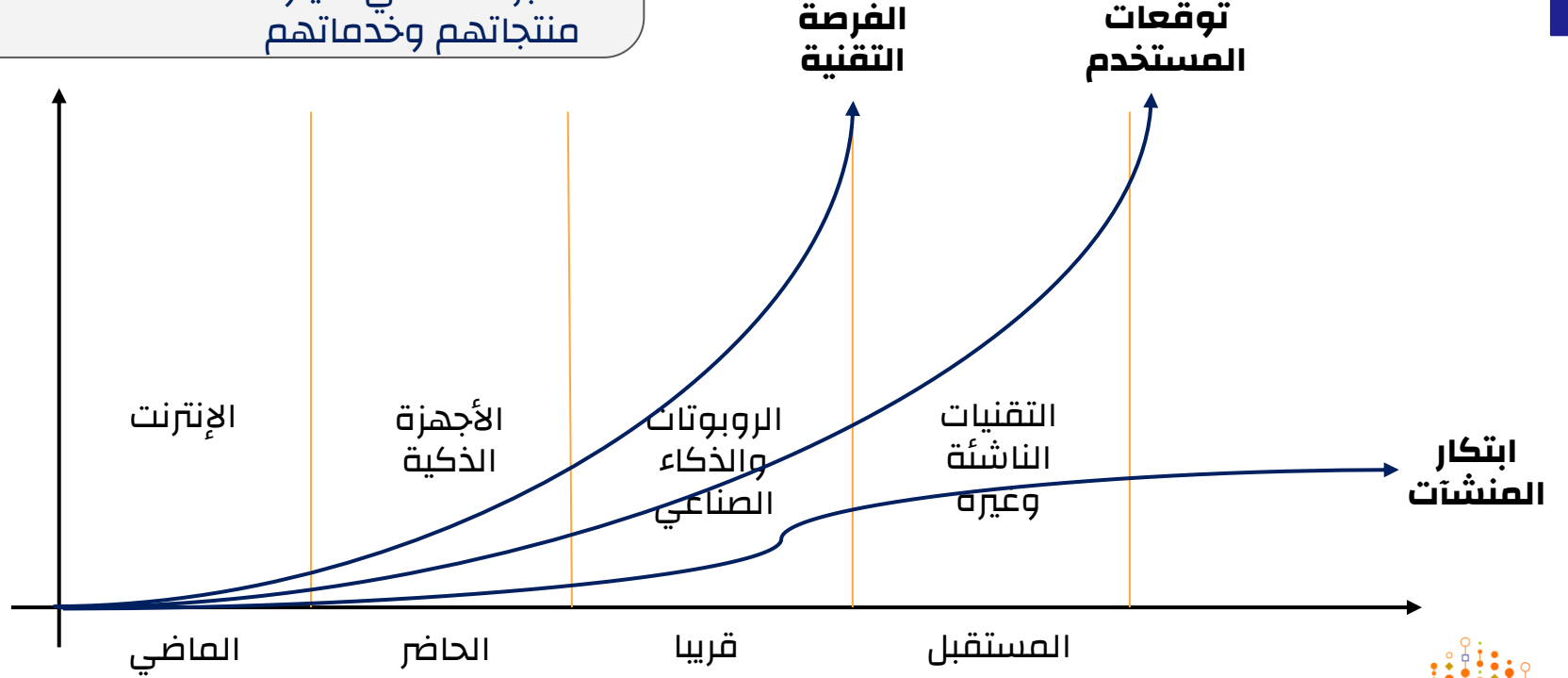
تعمل التقنيات الرقمية على  
تغيير العالم الذي نعيش فيه.  
على مدار السنوات العديدة  
الماضية، شهدنا صناعة بعد  
صناعة تتعطل وتتحول نتيجة  
للتطور الرقمي



تستمر التقنيات في النمو بشكل كبير، وتتقارب مع بعضها البعض لخلق وفرة من الفرص التكنولوجية. لقد وصلنا إلى نقطة حيث لم تعد التكنولوجيا في عنق الزجاجة أمام الابتكار

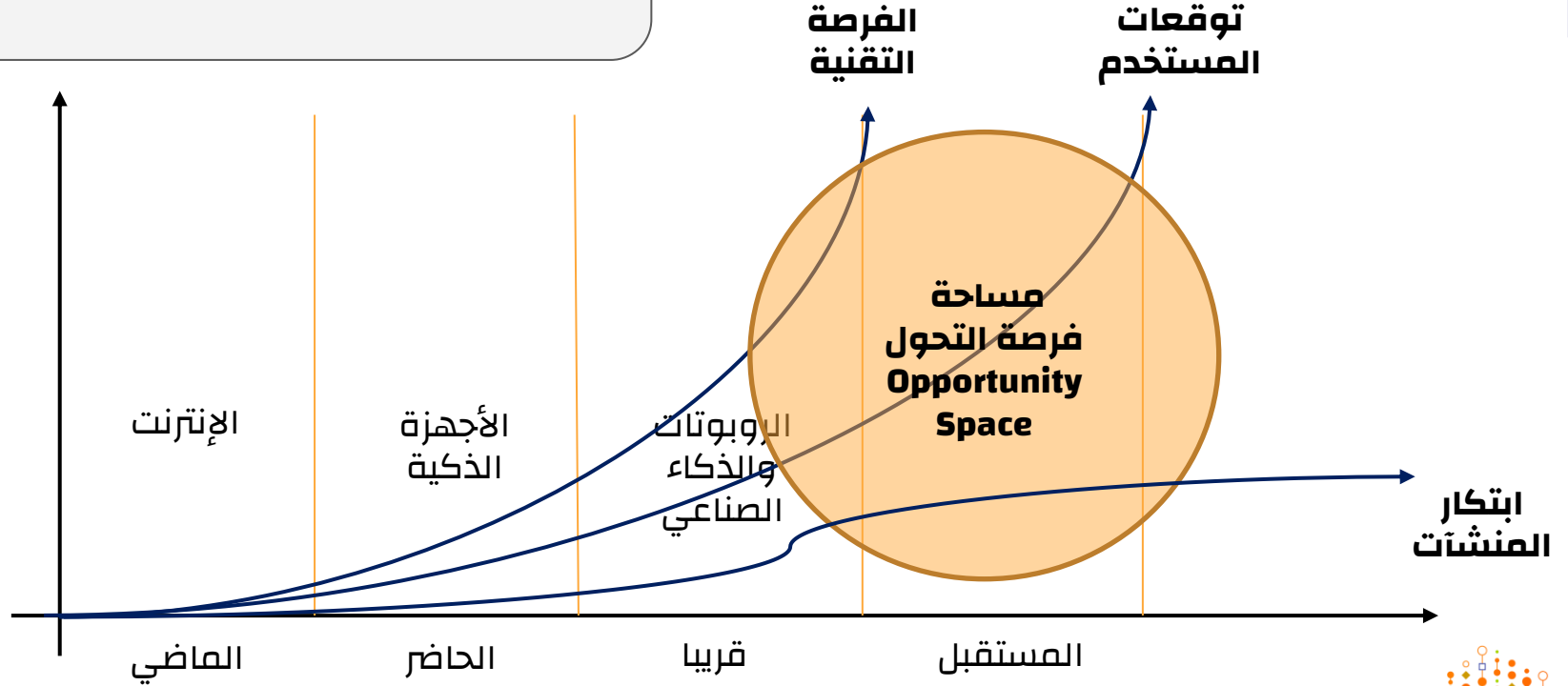


مع تعرض المستهلكين لهذه التقنيات الجديدة ترتفع توقعاتهم. في الوقت نفسه، يتخلف ابتكار المنشآت عن الركب، وغير قادر على توفير الخبرات التي يتوقعها المستهلكون من منتجاتهم وخدماتهم

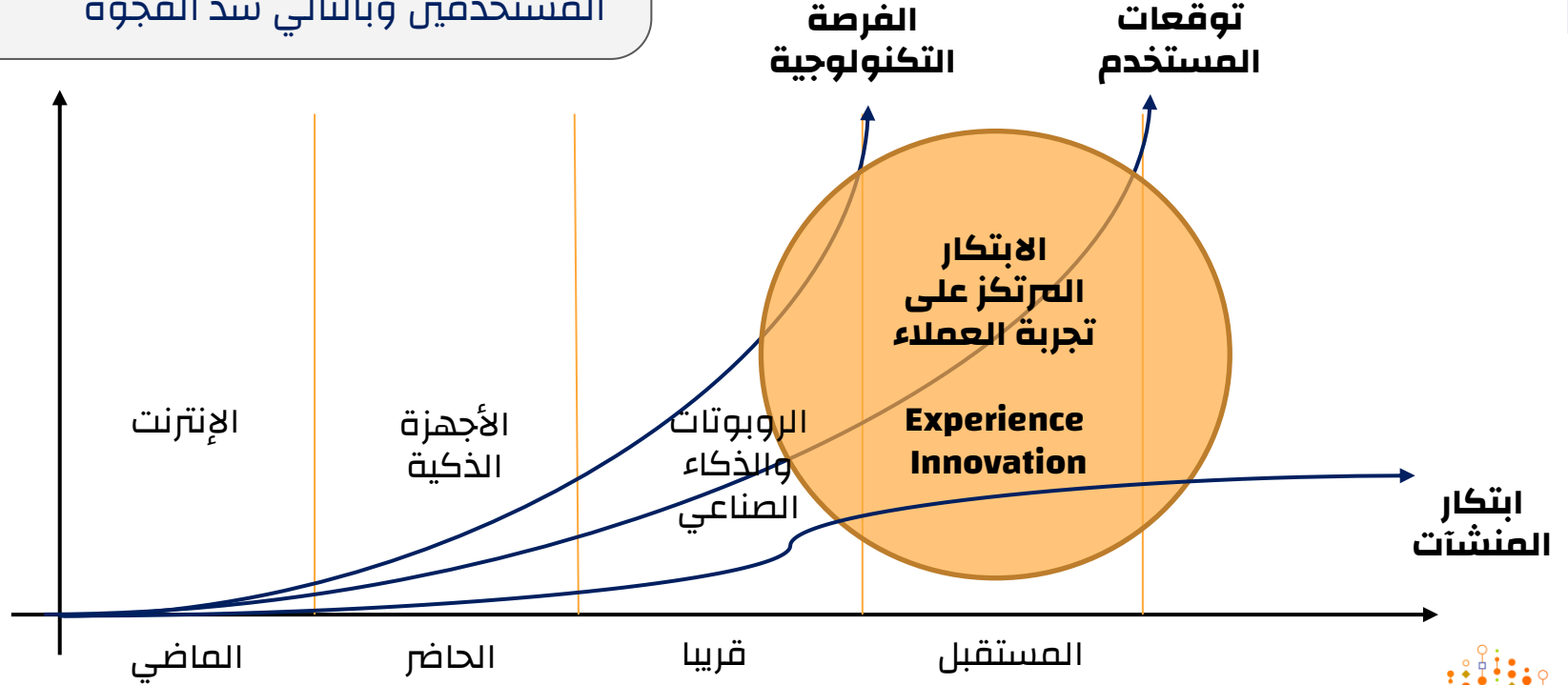




بالتالي هناك فجوة ضخمة بين التكنولوجيا  
والابتكار الفعلي للشركات



في السعي لملأ مساحة فرصة التحول، تجربة المستخدم هو الأداة لتبسيط التكنولوجيا وإضفاء الطابع الإنساني عليها، تلبية توقعات المستخدمين وبالتالي سد الفجوة





التحول الرقمي الناجح يبدأ من  
خلال وضع العميل في الاعتبار

Successful Digital transformation  
starts with a customer in mind



يمكننا أن نتعلم الكثير عن  
الدور المتغير لتصميم تجربة  
المستخدم من خلال صناعة  
الهاتف المحمول



في عام 2007، كانت نوكيا  
شركة رائدة ذات موقع  
مهيمن في سوق  
الهواتف المحمولة. لقد  
استثمروا في إتقان  
أجهزتهم، وجعلها أسرع،  
وإضافة الميزات وجعلها  
أصغر



ثم جاء الآيفون، والذي  
يمثل بداية النهاية لنوكيا



إلى جانب تصميم منتج  
مرغوب فيه، قدم الآيفون  
تجربة جذابة وذات مغزى.

علاوة على ذلك، بدلا من  
المنتج، حولت تطبيقات  
آيفون الجهاز إلى مزود  
خدمات

عندما نقارن الأجهزة القديمة، بتلك التي نراها اليوم،  
يمكننا أن نرى التحول في دور التصميم. من التركيز على  
شكل المنتج إلى التركيز على تجارب الخدمات / المنتج







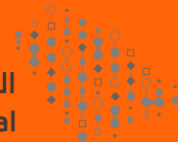
• صنع تجارب مختلفة على أجهزة مماثلة  
(الموسيقى، الأفلام، شاشة اللمس)  
• نموذج عمل جديد لتمكين الشركاء من  
جني الأرباح (iTunes, Appstore)  
• (Ecosystem-service driven)



# NOKIA

• صنع منتجات متفوقة تقنيا (نظام التشغيل OS, الملحقات)  
• أشكال مختلفة، تعدد الوظائف  
(Device Driven)



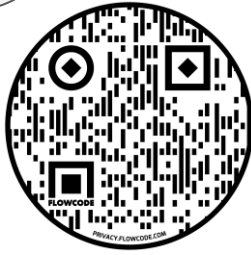


# ماهي تجربة المستخدم؟

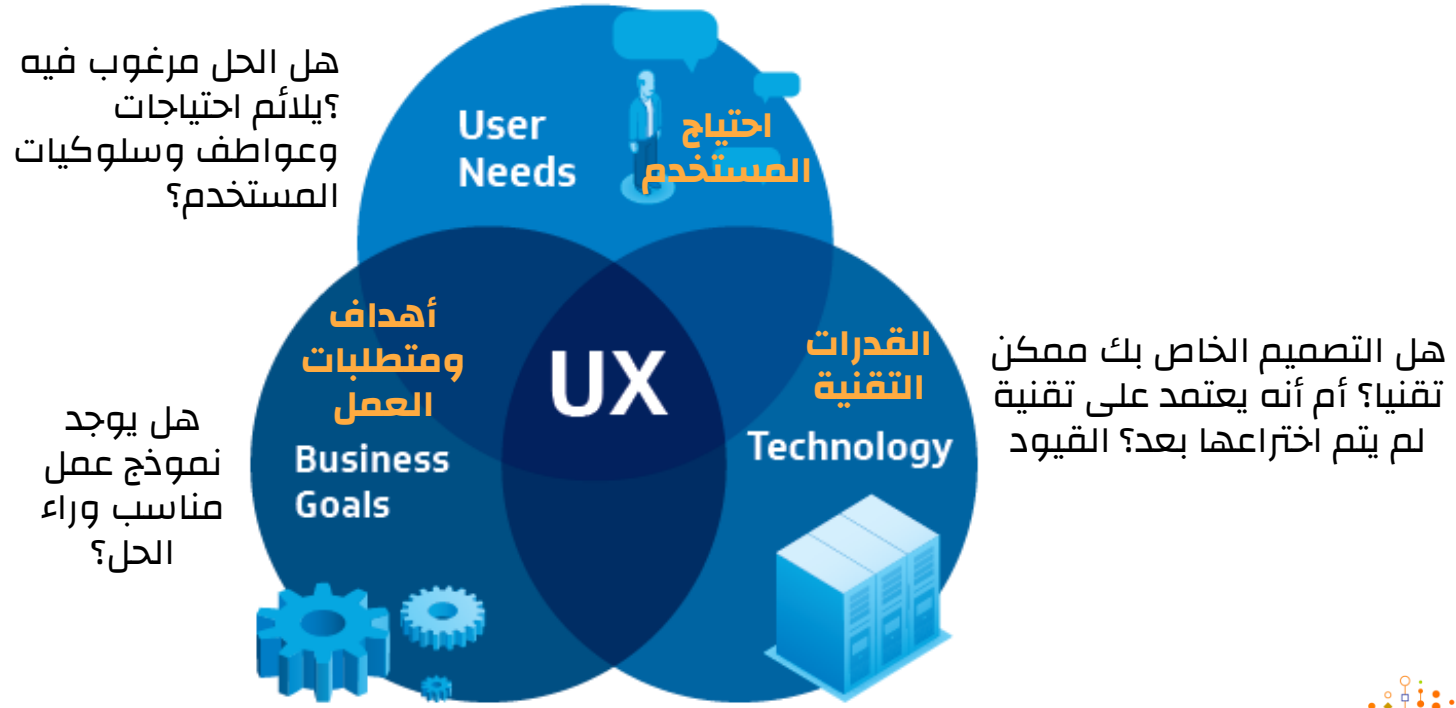


تصميم تجربة المستخدم (UX)  
هو العملية التي تستخدمها  
فرق التصميم لإنشاء منتجات  
توفر تجارب مفيدة وذات صلة  
للمستخدمين. يتضمن ذلك  
تصميم العملية الكاملة  
للحصول على المنتج ودمجه  
بما في ذلك جوانب العلامة  
التجارية والتصميم وسهولة  
الاستخدام والوظيفة

# ماهو تجربة المستخدم؟



# ماهي العوامل التي تؤثر في تجربة المستخدم المثالية؟



سهولة  
الاستخدام  
Usability

مدى سهولة استخدام المنتج



تجربة  
المستخدم  
UX



# مكونات تجربة المستخدم Honeycomb



# مكونات تجربة المستخدم Honeycomb

تمكين المستخدمين من  
تحقيق أهدافهم النهائية  
بكفاءة وفعالية

سهولة  
الاستعمال  
Usable

# مكونات تجربة المستخدم Honeycomb

ذو جمال بصري من خلال العلامة  
التجارية، الصورة، الهوية،  
الجمال والتصميم المرئي

مرغوب فيه  
Desirable



# مكونات تجربة المستخدم Honeycomb

سهولة العثور على المنتج  
ومحتوياته من خلال تصميم  
هيكلية المعلومات

يمكن العثور  
عليه  
Findable

# مكونات تجربة المستخدم Honeycomb

القدرة على الثقة في المنتج



# مكونات تجربة المستخدم Honeycomb

يمكن الوصول لها من جميع  
شرائح المستخدمين ويشمل  
الأشخاص ذوي الإعاقة

يمكن  
الوصول إليه  
Accessible

# مكونات تجربة المستخدم Honeycomb

توفير غرض للعملاء  
المستهدفين من خلال  
تصميم التفاعل

مفيد  
Useful

# مكونات تجربة المستخدم Honeycomb

تقديم قيمة مضافة للأعمال  
والعملاء

ذو قيمة  
Valuable



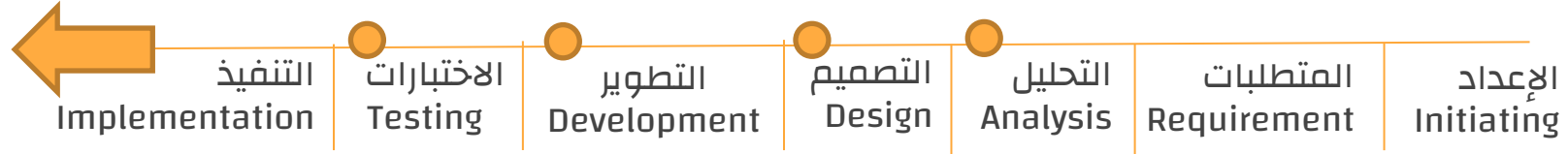
# مكونات تجربة المستخدم Honeycomb





# مراحل تجربة المستخدم في المشاريع الرقمية

# اليوم, عادة ما يتم **رش** تصميم تجربة المستخدم في المشروع

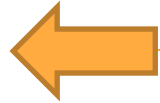




## متى يجب أن يحدث تصميم تجربة المستخدم؟



تصميم تجربة المستخدم  
تبدأ هنا.



التنفيذ

Implementation

الاختبارات

Testing

التطوير

Development

التصميم

Design

التحليل

Analysis

المتطلبات

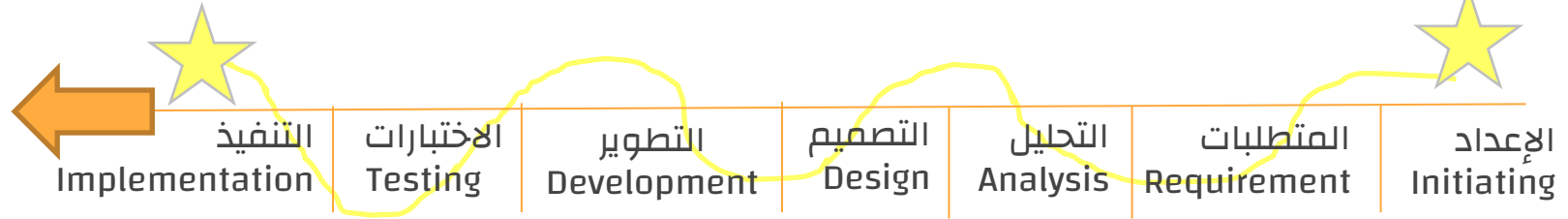
Requirement

الإعداد

Initiating

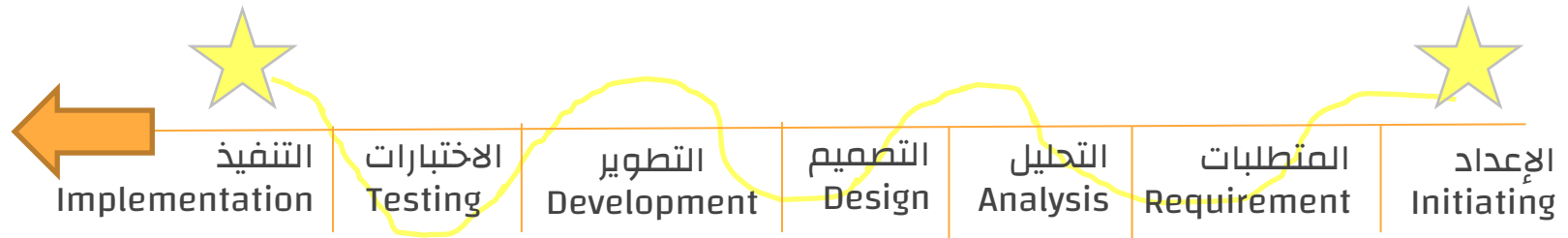


تصميم تجربة المستخدم  
تبدأ هنا.



ويتم مزجه في جميع  
مراحل المشروع

نبدأ ب.....



# فهم احتياجات المستخدم + متطلبات العمل





# المستخدم المجرد

" ماهي الوظائف التي يجب أن يوفرها التطبيق؟ "

" ماذا لو أراد المستخدم.....؟ "

" قد يرغب شخص ما في .....

" يحتاج النظام عناصر البيانات هذه لإكمال الوظيفة "



# باستخدام أبحاث المستخدم....

■ أهداف المستخدم

■ تحليل السيناريو

■ المقابلات والاستبيانات

■ الشخصيات الرئيسية



تظهر صورة محددة للمستخدم....



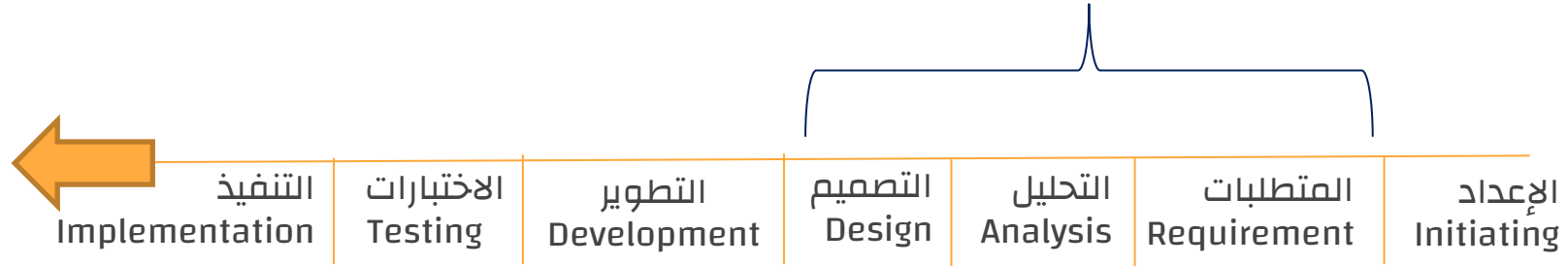
# وهذا يجعلنا نفكر بشكل مختلف..



- ما هي الوظائف التي يجب أن يوفرها التطبيق؟
- ما هي أهداف المستخدم التي يدعمها التطبيق؟
- ماذا لو أراد المستخدم....؟
- ما هو هدف أسيل الأساسي في هذا السيناريو؟
- قد يرغب شخص ما في....
- ما هو أهميته لأسيل ل.....؟
- يحتاج النظام عناصر البيانات هذه لإكمال الوظيفة
- كيف يمكننا تسهيل عملية التسجيل على
- أسيل؟



# تصميم واجهة المستخدم (UI)



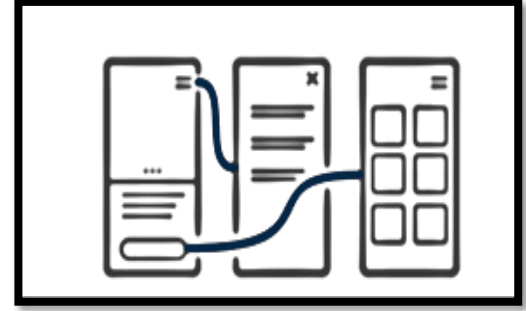
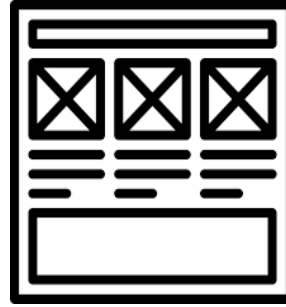
# التقدم في التصميم...

نماذج HTML واجهة المستخدم التفاعلية

النماذج الرقمية

النماذج الورقية

الرسم المبدئي



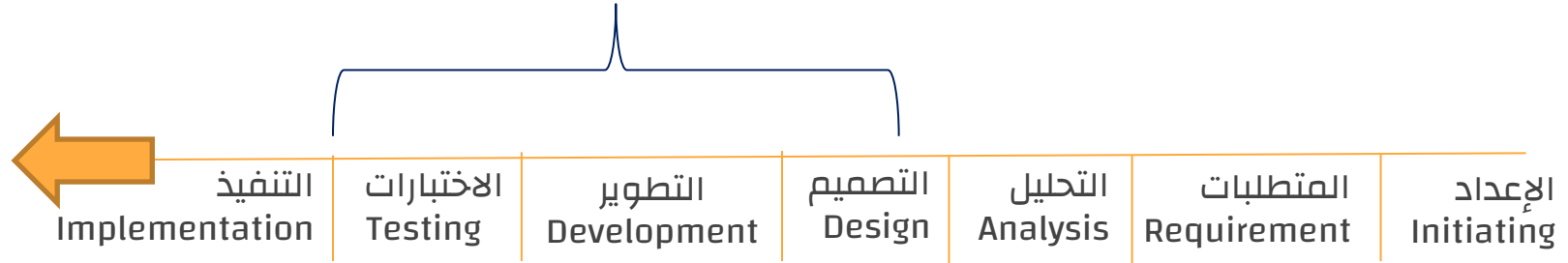
التصور المبدئي



توضيح واكتشاف المتطلبات  
المزيد من الأفكار - <<< تصميم أفضل

الحقيقي

## تطوير واجهة المستخدم (UI)



# اختبارات سهولة الوصول (Usability Testing)



## اختبارات سهولة الوصول (Usability Testing)



اختبر مبكرا.... اختبر كثيرا  
Test early... test Often

# التقييم وتحليلات البيانات



أدوات الرصد.... تعليقات المستخدمين

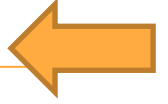
# بداية الإصدار القادم



التنفيذ  
Implementation

الاختبارات  
Testing

التطوير  
Development



التحليل  
Analysis

المتطلبات  
Requirement

الإعداد  
Initiating



ابحث المستخدم... النسخة الحالية



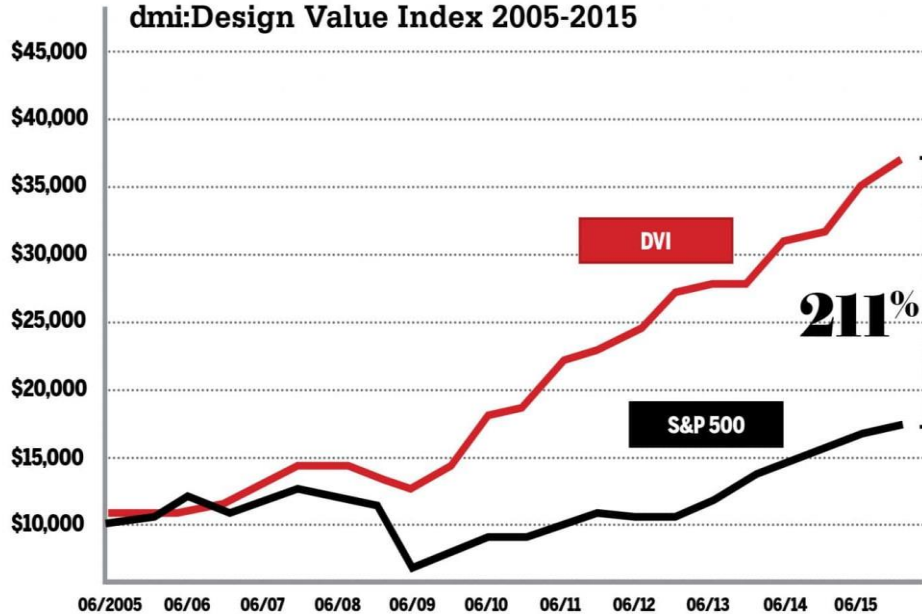
# العائد من الاستثمار لتجربة المستخدم



تفوقت الشركات القائمة على التصميم في مؤشر S & P  
بنسبة 211% على مدار 10 سنوات. في دراسة أجراها معهد  
ادارة التصميم DMS

**DESIGN-CENTRIC  
COMPANIES:**

APPLE  
COCA-COLA  
FORD  
HERMAN-MILLER  
IBM  
INTUIT  
NIKE  
PROCTER & GAMBLE  
SAP  
STARBUCKS  
STARWOOD  
STANLEY BLACK &  
DECKER  
STEELCASE  
TARGET  
WALT DISNEY  
WHIRLPOOL



© 2016 The Design Management Institute





# أهم عوائد الاستثمار لتجربة المستخدم



1

تقليل تكلفة التطوير 50% من خلال تحديد المتطلبات مقدما، وتجنب إعادة العمل



2

تقليل وقت التطوير 33 - 50% حيث تساعد مشاركة المستخدم في تحسين عملية اتخاذ القرار وسرعة تحديد الأولويات



3

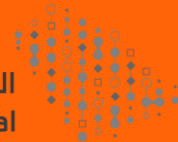
انخفاض تكلفة اكتساب العملاء وزيادة الاحتفاظ بهم (ولاء العملاء)



4

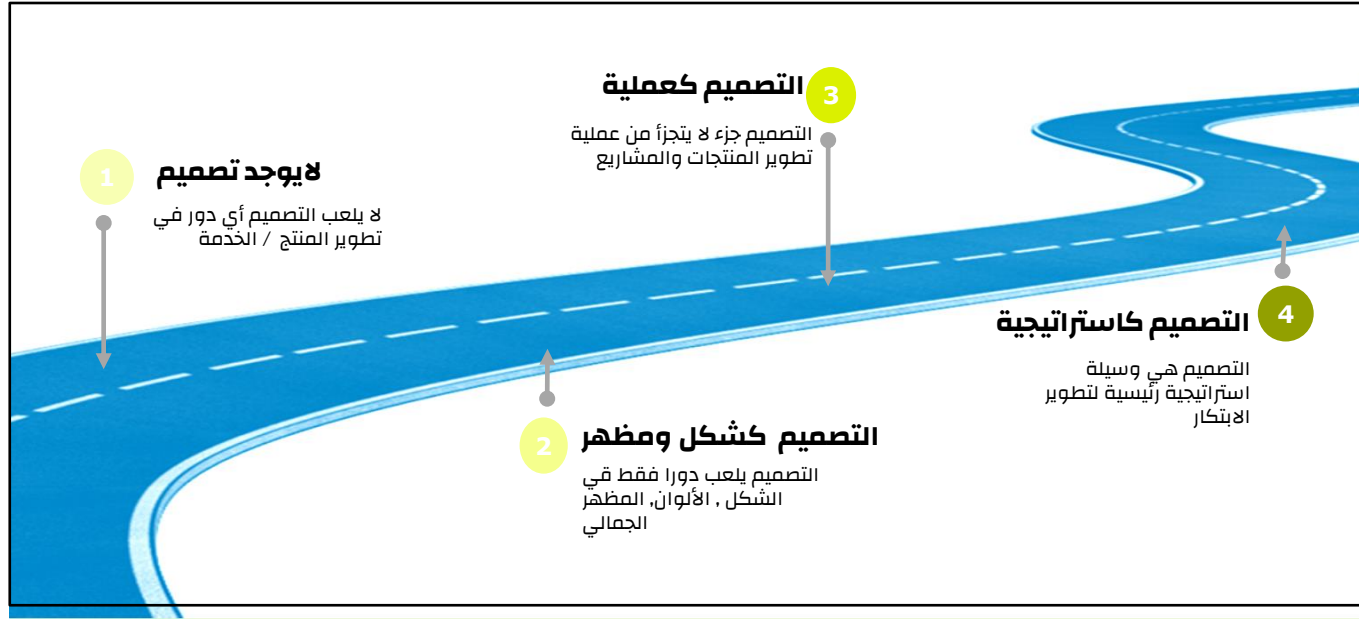
2x سرعة إطلاق المنتجات وزيادة الإيرادات





# نموذج قياس نضج المنشأة في التجربة الرقمية

# تعتمد فعالية وتأثير التصميم بشكل كبير على الوقت الذي ندمجه فيه في العملية، وهذا يعتمد بشكل كبير على نضج المنشأة - Design Led Organization



# نموذج قياس النضج 1

Usability Maturity Chart Version 2.0					
<input type="radio"/> Not there <input checked="" type="radio"/> Some what present <input checked="" type="radio"/> Present					
Managed Usability					
Usability Activity	Level 1 Beginning Usability	Level 2 Executive Champion	Level 3 Essential Capabilities	Level 4 Full Capability	Level 5 Mature Practice
<b>Strategy</b>					
Written Strategy	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
<b>Infrastructure</b>					
User Centered Design Methodology	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
User Interface Standards	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Repository of User Ecosystem Data	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Usability Test Laboratory	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Metrics and Continuous Improvement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
<b>Education and Training</b>					
Regular Executive Briefings	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Usability Introduction for Design Staff	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Professional Training for Usability Staff	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Advanced Training for Usability Staff	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
<b>Staffing</b>					
Executive Champions	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Managed Usability Organization	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Core of Certified Staff	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Sufficient Staff to Meet Demand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
<b>Organization Certificate Audit</b>					

© 2010 HF1 Inc. All rights reserved.

www.humanfactors.com



## البنية التحتية

- الهيكل التنظيمي والاستراتيجية
- الأطر والأدوات التصميم التي تركز على المستخدم
- المعايير والإرشادات
- مختبرات قياس سهولة الوصول
- مؤشرات الأداء والمقاييس



## التعليم والتدريب

- وجود موظفين مدربين ومعتمدين
- الجلسات التثقيفية والتوعوية



## التوظيف

- قائد تنفيذي
- الموظفين وتنوع المهارات
- ثقافة رعاية العملاء



# نموذج قياس النضج 2



# نموذج قياس النضج 3 - قارنتر

الأثار	الخصائص المطلوبة	مقياس تجربة المستخدم	مستوى
أعلى نجاح للمنتج والربحية	<ul style="list-style-type: none"> <li>- جزء لا يتجزأ من الحمض النووي لثقافة الشركة</li> <li>- يفكر الموظفون في العميل أولاً دون أن يطلب منهم ذلك</li> <li>- لتقديم والحفاظ على التميز في خدمة العملاء</li> </ul>	تغيير الثقافة	المستوى الخامس - التحسين
نجاح وربحية عالية للمنتج	<ul style="list-style-type: none"> <li>- اتفقت الإدارة العليا على أن تجربة العملاء لا تقل أهمية عن الربحية، ويتم بيع الموظفين من خلال تقديم تجربة عملاء استثنائية</li> </ul>	تعادل الربح	المستوى الرابع - مدار
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- حدد الإدارة العليا رؤية</li> <li>- تولت الإدارات المختلفة داخل المنظمة مسؤولية تجربة العميل</li> </ul>	مشاركة التنفيذيون	المستوى الثالث - المعرفة
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تم تحديد الثغرات</li> <li>- أدركت مجموعات مختلفة داخل الشركة الحاجة إلى اتخاذ إجراءات فيما يتعلق بتجربة العميل ولكن لا يوجد اشتراك القيادة التنفيذية</li> </ul>	التحقق من صحة صوت العميل	المستوى الثاني - تطوير
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- لا توجد رؤية لتجربة العميل</li> <li>- لا توجد استراتيجية لتجربة العميل</li> <li>- الإدارة العليا ليست مشاركة</li> </ul>	تركيز مجزأ	المستوى الأول - مبدئي
	أعلى معدل لفشل المنتج بسبب عدم التعامل مع جانب التغيير		



العطاء الرقمي  
Attaa Digital



شكراً لكم