**به نام خدا**

**موضوع تحقیق**

**ERP User Experience (UX) Optimization**

**بهینه‌سازی تجربه کاربر ERP**

**مقدمه**

سیستم‌های اطلاعات پیچیده مانند ERP داده‌های همه حوزه‌های تجاری را در سازمان ادغام می‌کنند . پیاده‌سازی ERP یک فرآیند دشوار است ، زیرا شامل انواع مختلف کاربران نهایی است . تاثیر برخی از عوامل فردی ، سازمانی و تکنولوژیکی بر استفاده از ERP و تاثیر آن بر کاربر نهایی بسیار مهم است .

سازمان‌های مدرن در حال ایجاد سرمایه‌گذاری قابل‌توجه در سیستم‌های اطلاعات پیچیده مانند سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمانی ( ERP ) هستند . علی‌رغم مزایای زیاد , بیش از دو سوم پروژه‌های سیستم ERP منجر به شکست می‌شوند ( چانگ , Cheung , چنگ , & Yeung , 2008 ) . ماهیت مشکلات گزارش‌شده به وضوح نشان می‌دهد که مسایل پیاده‌سازی ERP تنها تکنیکی نیستند , بلکه شامل عوامل رفتاری گسترده‌تر هستند ( Skok & Doringer , 2001 ) . به عنوان یک مشارکت کاربران در فرآیند اجرای ERP ، یکی از موثرترین روش‌های دستیابی به اجرای موفقیت‌آمیز و پایدار ERP است ( Barki و همکاران ، ۲۰۰۸ ) . سازمان‌ها باید اتخاذ سیستم از دیدگاه کاربر را درک کنند تا کارمندان خود را برای مواجهه با چالش‌های جدید آماده کنند و یاد بگیرند چطور از فن‌آوری برای به دست آوردن سود ملموس استفاده کنند ( چانگ و همکاران , 2008 ) . بنابراین ، مهم است که تاثیر عوامل مختلف بر اجرای پس از اجرای ERP در یک محیط شرکت خدماتی را درک کنیم.

[تجربه کاربری](https://ui-ux.org/what-is-ux/) یا User Experience یا به اختصار UX **یک زمینه در حال ظهور در تحقیقات و طراحی کاربر می باشد** و از مفاهیمی است که در چند سال اخیر باعث انقلابی در حوزه طراحی محصولات فیزیکی و دیجیتال بوده و **توسعه روش‌های ارزیابی UX یک چالش برای محققان و پژوهشگران می‌باشد . روش‌های مختلف ارزیابی UX برای استخراج داده‌های دقیق UX ارایه شده است که اطلاعات دقیق ‌تری در مورد کاربر در هنگام تعامل با محصول را ارایه می‌دهد . با این حال ، این رویکرد به پژوهشگران ماهر و توسعه دهندگان برای ادغام سیستم های متعدد نیاز دارد ، آن‌ها را هماهنگ کرده، داده‌ها را تجزیه و تحلیل کرده، و در نهایت یک تصمیم آگاهانه ایجاد می‌کند . این پلت فرم تعصب ذهنی را کاهش داده و برداشت کاربر را تایید می‌کند ، که توسط سنسورهای مختلف از طریق ماهیت ذهنی کاربر در ارزیابی UX اندازه‌گیری می‌شود .**

تعاریف:

# برنامه ریزی منابع سازمانی ( ERP )

برنامه ریزی منابع سازمانی یا Enterprise Resource Planning به نرم افزار مورد استفاده در سازمانها به منظور مدیریت فعالیت‌های کاری روزمره اشاره دارد. این فعالیت‌های کاری شامل امور مالی و [حسابداری](https://www.karlancer.com/blog/accounting-career/)، خرید، [مدیریت پروژه](https://www.karlancer.com/freelancer/skill/project-managing" \t "_blank)، مدیریت ریسک، امور حقوقی  عملیات‌های زنجیره تأمین هستند. یک واحد ERP جامع هم شامل مدیریت عملکرد شرکت و نرم افزاری برای کمک به برنامه ریزی، بودجه بندی، پیش بینی و گزارش دهی بر اساس نتایج مالی سازمان است.

سیستم‌های برنامه ریزی منابع سازمانی با چند فرایند کاری در هم آمیخته‌اند. بنابراین امکان تبادل داده‌ها در میان آنها وجود دارد. این سیستم‌ها با جمع آوری داده‌های تراکنش سازمان از چند منبع، مانع از تکرار داده‌ها شده و یکپارچگی را در قالب یک منبع اطلاعاتی واقعی و حقیقی فراهم می‌کنند.

سیستم‌های ERP حول ساختار داده‌ای واحد (Schema) طراحی شده‌اند که به طور معمول پایگاه داده‌ای (database) مشترکی دارند. با این روش، تمام اطلاعات مورد استفاده در شرکت بر اساس تعریف واحد و تجربه کاربری مشابه مورد استفاده قرار می‌گیرد. این ساختارهای اصلی با فرایندهای کسب و کار در تمامی‌دپارتمان‌ها (مثل امور مالی، منابع انسانی، مهندسی، بازاریابی، اجرایی)، سیستم‌های ارتباطی و کاربران آنها در هم آمیخته است. به زبان ساده، سیستم برنامه ریزی منابع انسانی ابزاری برای یکپارچه سازی افراد، فرایندها و فناوری‌ها در شرکت مدرن است.

پس  ERP امکان جمع آوری سازماندهی، تحلیل و توزیع اطلاعات را برای هر فردی ساده می‌کند. بنابراین امکان فعالیت و ایفای مسئولیت‌های کاری برای کارکنان سازمان بسیار راحت می‌شود.

از آنجا که داده‌ها و فرایندهای شرکتی روی سیستم‌های ERP قرار گرفته پس کسب و کارها می‌توانند دپارتمان‌های مجزا را با هم هماهنگ کنند. در نتیجه گردش کار را بهبود دهند که در نهایت باعث صرفه جویی زیادی در فرایند درآمدزایی می‌شود. برخی از مزایای کاری این سیستم به شرح زیر است:

* با کمک اطلاعات حاصل از گزارش‌های کاری، چشم انداز کسب و کار تقویت می‌شود.
* با تسهیل فرایندهای کاری و به کارگیری بهترین روش‌ها، هزینه‌های عملیاتی و اجرایی کاهش می‌یابد.
* از آنجا که کاربران از اطلاعات قراردادها، سفارش‌ها و خریدها اطلاع دارند، همکاری میان آنها افزایش می‌یابد.
* فرایندهای کاری به خوبی تشریح شده و کاربران در بسیاری از عملکردهای کاری به تجربه مشترکی می‌رسند که کارایی و بهره وری را افزایش می‌دهد.
* زیرساخت با ثباتی از پشتیبانی سازمانی (pack office) گرفته تا دفتر اداری (front office) برقرار است. این فرایند در نهایت ظاهر و حس مشترکی را به تمامی‌فعالیت‌های کسب و کار می‌دهد.
* [تجربه کاربری](https://www.karlancer.com/blog/%d8%b7%d8%b1%d8%a7%d8%ad%db%8c-%d8%aa%d8%ac%d8%b1%d8%a8%d9%87-%da%a9%d8%a7%d8%b1%d8%a8%d8%b1%db%8c-%db%8c%d8%a7-ux/) و طراحی مشترک، نرخ رضایت کاربران را افزایش می‌دهد.
* یکپارچگی داده‌ها برای هر فعالیت اجرایی در سازمان از صورتهای مالی فصلی گرفته تا گزارش‌های مطالبات معوقه برقرار است.
* با بهبود یکپارچگی داده‌ها و افزایش کنترل‌های مالی، احتمال ریسک هم کاهش می‌یابد.
* وجود سیستم‌های یکپارچه و واحد، هزینه‌های مدیریتی و اجرایی را کاهش می‌دهد.
* هر کسی با وجود این مخزن متمرکز و امن اطلاعات از درستی، به روز بودن و تکمیل بودن داده‌ها اطمینان دارد.
* در سیستم ERP احتمال خطای موجود در استفاده از صفحات گسترده (Spreadsheets) وجود ندارد.

# تجربه کاربری ( UX)

تعریف دقیق تجربه کاربری، که توسط سازمان بین المللی استاندارد ارائه شده این است: “برداشت و پاسخ های شخصی کاربران که ناشی از استفاده از محصول، سیستم یا خدمت می باشد را تجربه کاربری آن محصول می نامند”.

**تجربه کاربری** یا همان UX(**user experience**) شامل تمامی احساس و تعاملی میشود که کاربران با سیستم برقرار میکنند. منظور از سیستم میتواند شامل [وب‌سایت](https://www.willaarts.ir/Blog/121?title=%D8%A8%D9%87%D8%AA%D8%B1%DB%8C%D9%86-%D8%B4%D8%B1%DA%A9%D8%AA-%D8%B7%D8%B1%D8%A7%D8%AD%DB%8C-%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%AA-%D9%82%D9%85---%D8%B7%D8%B1%D8%A7%D8%AD%DB%8C-%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%AA-%D8%AF%D8%B1-%D9%82%D9%85)، وب اپلیکیشن ها، نرم افزار دسکتاپ، برنامه های موبایل یا هر چیز دیگری باشد. این یعنی شما هر گونه فعالیت و تعاملی که با یک وب‌سایت یا برنامه ای برقرار میکنید به تجربه کاربری برمیگردد که در **فروش بیشتر و سئو** بسیار تاثیرگذار است.

به عبارت ساده تر، تجربه کاربری، احساس شما در مورد تعامل با آنچه در مقابل شما است می باشد. هر احساس مثبت و  منفی که هنگام کار کردن با یک محصول دارید تجربه کاربری آن محصول یا خدمت می باشد.

تجربه کاربری یا UX اصطلاحی است که برای توصیف تجربه کلی یک کاربر در زمان تعامل با یک محصول یا خدمات در یک چارچوب مشخص مورد استفاده قرار می‌گیرد. بسته به نوع طراحی محصول یا سرویس، ‌این تجربه می‌تواند از حالت خوشایند تا کاملاً ترسناک متفاوت باشد.

توجه به این نکته بسیار مهم است که تجربه کاربری احساسات ناشی از تعامل کاربر با یک محصول است. بنابراین مهم نیست که این محصول یک اپلیکیشن، وبسایت، قوی، شیر آب یا تخت خواب باشد. پس وقتی که در خصوص تجربه کاربری صحبت می کنیم ذهنیت شما نباید این باشد که تنها در خصوص محصولات دیجیتالی صحبت می کنیم.

جنبه های زیادی از تجربه کاربری وجود دارد که هیچکدام به تنهایی معنی پیدا نمی کنند. به عنوان مثال، کاربرد پذیری(Usability) که توسط عموم افراد با تجربه کاربری(UX) اشتباه گرفته می شود. در حالیکه کاربرد پذیری تنها یکی از جنبه های مهم تجربه کاربری یا UX می باشد.

اصطلاح UX غالباً در رابطه با محصول‌های دیجیتال مانند وب‌سایت‌ها یا اپلیکیشن‌ها به گوش می‌خورد، اما UX محدود به دنیای دیجیتال نیست. هر چیزی که می‌تواند تجربه شود، می‌تواند طراحی نیز بشود . هر بار که در نتیجه سردرگم شدن در یک وب‌سایت آن را می‌بندید، در مورد کیفیت طراحی UX آن قضاوت کرده‌اید.

[پیتر مورویل](https://en.wikipedia.org/wiki/Peter_Morville)(Morville) با طرح لانه زنبوری UX خود که [UX Honeycomb](https://medium.com/@danewesolko/peter-morvilles-user-experience-honeycomb-904c383b6886) نام دارد تجربه کاربری را شرح می دهد:

مطابق این تعریف یک محصول دارای تجربه کاربری خوب باید این 7 ویژگی را داشته باشد :



### 1- قابل استفاده

یکی از اساسی ترین نیازهای یک UX خوب این است که در واقع کاربران قادر به دستیابی به کارهایی که برای انجام آن برنامه ریزی کرده اید، باشند. اگر کاربران نمی توانند از محصول استفاده کنند، این محصول نه تنها تجربه کاربری خوبی ارایه نمی دهد بلکه کاملا بی فایده است!

### 2- قابل کشف

پیدا کردن اطلاعات مورد نیاز در یک محصول نیز مهم است. آیا منوی نویگیشن برای کاربران قابل درک است؟ آیا نوار جستجو در جایی که کاربران فکر می کنند قرار گرفته است؟ اگر کاربران مجبور باشند بیش از حد به دنبال چیزی بگردند یعنی UX محصول مشکل دارد. توجه کنید که عملکردها، محصولات، مطالب و هر چیزی که توسط محصول ارائه می شوند به سادگی برای کاربران قابل کشف باشند و این یکی از ویژگی های محصولات با UX خوب است.

### 3- مفید

ممکن است یک محصول به زیبایی طراحی شده و کاربرد آن آسان باشد، اما اگر به رفع نیاز کاربر کمکی نکند، کاربران برای محصولی که نیازی به آن ندارند وقت صرف نمی کنند.

### 4- مطلوب

اگر طراحی یک محصول قابل درک و لذت بخش باشد، کاربر متمایل به استفاده از آن است. حتی مفیدترین و کاربردی ترین محصولات در صورت خسته کننده بودن و عدم وجود انگیزه برای استفاده از آن می تواند یک تجربه کاربری ضعیف ارائه دهد.

### 5- ارزشمند

اگر یک محصول نوعی ارزش را در زندگی کاربر ارائه ندهد، احتمال دارد که به مدت طولانی از آن استفاده نکند. آیا این محصول باعث صرفه جویی در وقت یا هزینه کاربر می شود؟ آیا به کاربر در دستیابی به اهداف شخصی یا حرفه ای کمک می کند؟ این معیار هرچه که باشد، یک محصول هنگام استفاده از آن باید ارزشی را به کاربر اضافه کند.

### 6- قابل اعتماد

اعتبار بسیار مهم است. اگر کاربر به یک وب سایت اعتماد نداشته باشد، اطلاعات کارت اعتباری خود را برای انجام خرید به آنها نخواهد داد.

### 7- در دسترس

اگر کاربر نتواند به مقصد مورد نظر خود برسد، نمی تواند از کالاها یا خدمات ارائه شده در آنجا استفاده کند. برای اطمینان از دسترسی همه افراد به محصول، باید کاربران دارای معلولیت یا ناتوانی های خاص را در نظر بگیرید.

**طراحی UX**

»طراحی تجربه کاربری« (UXD) همه عناصری که تجربه کاربری را تشکیل می‌دهند، شامل می‌شود. طراحی تجربه کاربری به طراحی خاص برای نیازهای یک کاربر یا مشتری مربوط است و مواردی مانند سهولت استفاده، کیفیت یا کارآمدی را در نظر می‌گیرد. طراحی تجربه کاربر فرآیند توسعه و بهبود تعامل با کیفیت بین یک کاربر و تمام جنبه های یک شرکت است.

انسان‌ها تنها زمانی از سیستم‌های پیچیده مانند وب‌سایت‌ها و برنامه‌های رایانه‌ای بهره‌مند می‌شوند که این سیستم‌ها به نوعی کاربرپسند باشند. طراحان UX تلاش می‌کنند شکاف بین محصول و کاربر انسانی را پر کنند. آن‌ها شیوه تعامل افراد با یک محصول مشخص را بررسی می‌کنند و به دنبال روش‌هایی برای شهودی ساختن این تعامل‌ها تا حد امکان تلاش می‌کنند.

طراحان UX باید نقش‌های مختلفی را بر عهده بگیرند . به منظور دسترسی به یک راه‌حل پایدار، خلاقانه و کاربرپسند، ‌باید تجربه‌های گذشته را تحلیل کنید، رویه‌های جدید را مورد پژوهش قرار داده، با کاربران واقعی یا بالقوه مصاحبه نمایند و طراحی‌های خود را بارها و بارها تست کنند.

## **چرا طراحی تجربه کاربری یک امر ضروری است؟**

به زبان ساده، از آنجا که**UX**تلاش میکند تا نیاز های کاربران را برآورده کند به همین جهت از اهمیت ویژه ای برخوردار است، هدف اصلی UX ارائه تجربه های مثبتی است که کاربران را نسبت به محصول یا برند وفادار نگه دارد. علاوه بر این یک تجربه کاربری خوب میتواند حس خوب را در کاربران ایجاد کند تا بتوانید بیشتر با آنها در تعامل باشید. در این صورت شانس موفقیت شما در کسب و کارتان خیلی بیشتر از قبل خواهد بود.

## **تفاوت بین رابط کاربری(UI) و تجربه کاربری(UX)**

اگر محصولی را به عنوان بدن انسان تصور کنید، استخوان ها کدی را نشان میدهند که به آن ساختار میبخشد. اندام ها طراحی UX را نشان میدهند، اندازه گیری و بهینه سازی در برابر ورودی برای پشتیبانی از عملکردهای زندگی و طراحی UI نیز نشان دهنده ظاهر کلی و لوازم آرایشی بدن است. UI بدون UX مانند نقاشی ای است که بدون فکر و طرح روی بوم میکشند و همچنین UX بدون UI مانند قاب مجسمه‌ای است که هیچ کاغذ خمیر و رنگی روی آن وجود ندارد. بنابراین یک **تجربه عالی محصول** با UX و پس از آن UI شروع میشود، هر دو برای موفقیت کسب‌وکار ضروری هستند.

**تاریخچه**

**500 سال پیش از میلاد: یونان باستان و ارگونومی**

ریشه‌های UX را می‌توان تا یونان باستان نیز پیگیری کرد. شواهدی در دست است که نشان می‌دهد در زمانی حدود قرن پنجم پیش از میلاد، شهروندان یونانی، ابزارها و فضای کاری خود را بر اساس مفاهیم ارگونومی طراحی می‌کرده‌اند.

بر اساس تعریف انجمن بین‌المللی ارگونومی، ارگونومی یا عوامل انسانی به مفاهیم علمی مرتبط با درک تعامل‌های میان انسان و دیگر عناصر یک سیستم گفته می‌شود. همچنین از منظری دیگر ارگونومی به حرفه‌ای گفته می‌شود که نظریه، مفاهیم، داده‌ها و متدهایی را برای طراحی و بهینه‌سازی رفاه انسان و عملکرد کلی سیستم به کار می‌گیرد.

یکی از قوی‌ترین شواهد برای این موضوع که یونانیان باستان از مفاهیم ارگونومی به خوبی آگاه بوده‌اند این است که بقراط شیوه تنظیم محل کار یک جراح را توصیف کرده است. او به وجود نورپردازی در اتاق و موقعیت قرارگیری جراح اشاره می‌کند: «جراح می‌تواند در حالت ایستاده یا نشسته در وضعیتی که برای او راحت باشد، قرار گیرد.» و در مورد چیدمان ابزارها نیز چنین می‌گوید: «ابزارها باید به ترتیبی قرار گیرند که مزاحم جراح نباشند و همچنین در مواقع نیاز به سادگی بتوان به آن‌ها دسترسی داشت.»

**اوایل قرن بیستم: فردریک وینسلو تیلور و درخواست کارآمدی محل کار**

هزاران سال بعد، در قرن بیستم «فردریک وینسلو تیلور» (Frederick Winslow Taylor) یک مهندس مکانیک، پیشروی مکتب تیلوریسم یا به عبارت دیگر مدیریت علمی بود. وی هدف خود را بهبود کارایی نیروی کار انسانی قرار داد و تحقیقات گسترده‌ای در خصوص تعامل بین کارگران و ابزارهایشان به عمل آورد

وی در سال 1911 کتابی با عنوان «مفاهیم مدیریت علمی» می‌نویسد و در آن بر این نکته که مدیریت علمی راهکاری برای ناکارآمدی است تأکید می‌کند. با این که تیلوریسم به دلیل کاهش جنبه انسانی نیروی کار به نوعی ماشین به شدت مورد انتقاد قرار گرفت، اما نقطه تمرکز تیلور روی بهینه‌سازی رابطه بین انسان و ابزارهایش به طور عمده به عنوان برخی مفاهیم کلیدی UX برجا ماندند.

**دهه 1940: تویوتا و ارزش ورودی انسانی**در ادامه این مسیر برای بهبود کارایی فضای کاری، شرکت تویوتا سیستم تولید انسان-محور مشهور خود را توسعه داد. سیستم تولید تویوتا برخلاف تیلوریسم بر اساس احترام به انسان بود و توجه زیادی به ایجاد محیط کاری بهینه شده بود. علاوه بر آن ورودی انسانی امری حیاتی تلقی شده و به شدت مورد تشویق قرار گرفت. کارگران کارخانه تویوتا در صورت داشتن یک بازخورد یا پیشنهادی برای بهبود فرایند، مثلاً برای تست عملی کاربرد پذیری می‌توانستند یک طناب را بکشند تا خط مونتاژ متوقف شود.

این سیستم یک گام مهم در تاریخ UX است، زیرا توجه همگان را به اهمیت تعامل انسان با ماشین برانگیخت. مهم نیست فناوری چه قدر پیشرفته باشد، ارزش‌ آن در هر صورت محدود به کاربرد پذیری آن است و این اصلی‌ترین مفهوم UX را تشکیل می‌دهد.

### 1955: هنری دریفوس و هنر طراحی برای مردم

چهره مشهور دیگر در تاریخ طراحی UX شخصی به نام «هنری دریفوس» (Henry Dreyfuss) است. این مهندس صنایع آمریکایی اقدام به طراحی و بهبود کاربرد پذیری برخی از مشهورترین محصول‌های مصرفی شامل جاروبرقی Hoover، تلفن رومیزی و مدل دولوکس ماشین تایپ رویال کرده است.

فلسفه طراحی دریفوس بر اساس درک عمومی و رویکردهای علمی بود. در سال 1955 او کتاب «طراحی برای مردم» را نوشت که در آن طراحی UX را به طور خلاصه به این صورت توصیف کرده است: «زمانی که نقطه تماس بین محصول و مردم به نقطه اصطکاک تبدیل شود، در این صورت طراح شکست خورده است. از سوی دیگر، اگر مردم در زمان تماس با محصول امن‌تر، راحت‌تر با تمایل بیشتر برای خرید و کارآمدتر شوند، طراح موفق بوده است.»

**:1966 والت دیزنی، نخستین طراح UX؟**مهندسان تنها کسانی نیستند که در تاریخ UX نقش داشته‌اند. با این که والت دیزنی شاید تنها کسی نباشد که این عنوان را دارد، اما احتمالاً یکی از نخستین کسانی است به عنوان طراح UX در تاریخ شناخته شده است.

در واقع آقای دیزنی تجربه‌های کاربری جادویی، خیره‌ کننده و تقریباً کاملی خلق کرد و روش ساخت دیزنی ‌ورلد عملاً یک شوک جدی در دنیای UX محسوب می‌شود. دیزنی همواره به تیم مهندسان خود تأکید داشت که باید مخاطب خود را بشناسند، از دید آن‌ها بنگرند و با رنگ، شکل، فرم و بافت تعامل پیدا کنند.

دیزنی جایی را تخیل می‌کرد که جدیدترین فناوری‌ها می‌توانند برای بهبود زندگی افراد مورد استفاده قرار گیرند. این همان بینشی است که طراحان UX بی‌شک باید داشته باشند.

### 1970 : زیراکس، اپل و دوران PC

در دهه 1970، عصر رایانه‌های خانگی آغاز شد و جامعه‌شناسان و مهندسان دست به دست هم دادند تا روی تجربه کاربری تمرکز کنند. بسیاری از توسعه‌های تأثیرگذار در این حوزه مانند رابط کاربری گرافیکی و ماوس از مرکز تحقیقاتی PARC زیراکس بیرون آمده‌اند. PARC به روش‌های مختلف مسئول طراحی تجربه رایانش شخصی به آن صورتی است که امروزه می‌شناسیم

د ر ادامه در سال 1984 اولین نسخه از رایانه مکینتاش شرکت اپل عرضه شد. این نخستین PC تولید انبوه شرکت اپل بود که یک رابط کاربری گرافیکی داشت و مجهز به صفحه داخلی و ماوس بود. از آن زمان به بعد شرکت اپل به یک نوآور واقعی تجربه کاربری تبدیل شد و در سال 2001 به نخستین iPod و در سال 2007 نخستین گوشی iPhone را عرضه کرد. این غول فناوری نیز نقشی بی‌بدیل در ابداع واژه طراحی UX داشته است.

### 1995 : دونالد نورمن، نام طراحی UX را ابداع کرد

چنان که پیش‌تر اشاره کردیم نخستین کسی که از اصطلاح طراحی تجربه کاربری استفاده کرده است، «دونالد نورمن» (Donald Norman) بوده است. وی یک دانشمند شناختی بود که در اوایل دهه 1990 به عنوان معماری تجربه کاربری به شرکت اپل پیوست و نخستین کسی است که عنوان تجربه کاربری را در عنوان شغلی خود داشته است. وی اشاره می‌کند: «من این اصطلاح را به این خاطر ابداع کردم که فکر می‌کردم رابط انسانی کاربردپذیری بسیار نزدیک به هم هستند. از این رو می‌خواستم همه جنبه‌های تجربه کاربری با یک سیستم که شامل طراحی صنعتی، گرافیکی، اینترفیس، تعامل فیزیکی و راهنما را شامل می‌شد در بربگیرد.» در سال 1988 نورمن کتاب «روانشناسی همه چیز» را منتشر ساخت..

**بهینه سازی تجربه کاربری**

به طور کلی موارد بسیار زیادی به صورت خودآگاه و ناخودآگاه بر روی تصمیم‌گیری انسان‌ها موثر هستند؛ شکل‌ها معانی متفاوتی دارند . بررسی، تشخیص و تدوین کلیه مسائل مرتبط به کاربران که به صورت مستقیم و غیرمستقیم باعث می‌گردد تا آن‌ها با وب‌سایت و کسب و کار شما ارتباط بهتر و موثرتری نسبت به وب‌سایت و کسب و کار رقیب شما برقرار نمایند، همگی در زمره بهینه سازی تجربه کاربری قرار می‌گیرد که یک امر کاملا تخصصی در حوزه روان‌شناسی،‌ جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، فلسفه، نورو مارکتینگ وغیره محسوب می‌گردد.