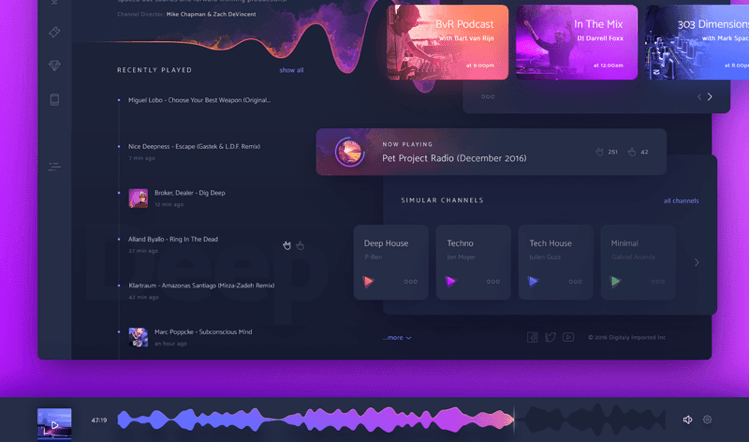
**یک گزارش صنعتی که شامل ۳۱۵۷ طراح محصول می باشد.**

آیا این شرکت‌ها پویاتر و به روزتر شده‌اند یا همچنان با شیوه‌های قدیمی کار می‌کنند؟در مورد همه محصولات خسته‌کننده‌ایی که با آنها کار کرده‌اید فکر کنید؛ اپ‌های برآورد هزینه، سیستم‌های CRM  منسوخ شده، ابزارهای مدیریت بانک اطلاعات و غیره. در دنیای محصولات UX ,B2B  به لحاظ تاریخی یک پس‌انداز بوده است. ما در ادامه وضعیت شرکت های UX در سال 2017 را بررسی میکنیم.

گزارش طراحان

اما وضعیت کنونی در حال تغییر است. شرکت‌های UX که به طراحی محصولات تجاری مشغول هستند، در بطن یک رنسانس قرار دارند. برنامه‌های استارت‌آپی همچون  Gusto ,Stripe و Slack  ویژگی‌هایی برای محصولات تجاری در نظر گرفته‌اند، از جمله؛ مفید، کاربردی و رضایت بخش بودن. حتی شرکت‌های بزرگی مثل IBM،GE و Sales force طراح موقعیتی هستند که این یک مزیت رقابتی است و برای تغییر فرآیندها و فرهنگ، هزاران طراح را به کار گرفته‌اند.

ما ۳۱۵۷ طراح، سازنده و مدیر تولید را برای جمع آوری ایده‌هایی در مورد شکل‌گیری و تکامل محصولات تجاری و جایگاهشان در آینده، مورد بررسی قرار دادیم.

سوالاتی در این زمینه مطرح شد که تیم تولید با چه چالش‌هایی رو‌به‌رو خواهد شد؟

**چگونه تیم تشکیل می شود؟**

آیا کمپانی های B2B واقعاً پویاتر و به روزتر می‌شوند یا هنوز هم با شیوه‌های قدیمی کار می‌کنند؟

در اینجا هفت نکته کلیدی را مورد بررسی قرار می‌دهیم که آنها را از گزارش صنعتی شرکت UX  در سال جاری ۲۰۱۷\_۲۰۱۸ برداشت کرده‌ایم. طراحی‌های UX هنوز هم برای شرکت‌های B2B جدید است.

در شرکت‌هایی با بیش از ۵۰۰ کارمند، ۳۵% از پاسخ‌دهندگان گزارش داده‌اند که طراح  UX تمام وقت ظرف کمتر از سه سال در شرکت‌شان حضور داشته است. در تمام شرکت‌ها در هر اندازه و موقعیتی ۵۳% پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که طراح UX ظرف کمتر از سه سال در شرکت شان وجود داشته است. این نشان می دهد که این طراحی هنوز هم یک قانون جدید برای بیش از ۳/۱ از شرکت‌های ثبت شده است.

در هر شرکت، مخصوصاً آن دسته از شرکت‌هایی که با فرآیندهای متمرکز و مراتب مدیریتی خاصی کار می‌کنند، یک قانون جدید برای انطباق با فرهنگ موجود لازم است. برای کسب موفقیت بیشتر خود فرهنگ باید تغییر کند و تغییر فرهنگ اصلاً کار ساده‌ایی نیست.

در شرکت‌هایی با بیش از ۵۰۰ کارمند، ۳۵% از پاسخ‌دهندگان گزارش داده‌اند که طراح  UX تمام وقت ظرف کمتر از سه سال در شرکت‌شان حضور داشته است. در تمام شرکت‌ها در هر اندازه و موقعیتی ۵۳% پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که طراح UX ظرف کمتر از سه سال در شرکت شان وجود داشته است. این نشان می دهد که این طراحی هنوز هم یک قانون جدید برای بیش از ۳/۱ از شرکت‌های ثبت شده است.

در هر شرکت، مخصوصاً آن دسته از شرکت‌هایی که با فرآیندهای متمرکز و مراتب مدیریتی خاصی کار می‌کنند، یک قانون جدید برای انطباق با فرهنگ موجود لازم است. برای کسب موفقیت بیشتر خود فرهنگ باید تغییر کند و تغییر فرهنگ اصلاً کار ساده‌ایی نیست. ثبات در طراحی یک چالش بزرگ است. طراحی در مقیاس بزرگ مانند مهندسی نیست. همانطور که تیم طراحی رشد می‌کند و وسعت می‌یابد، فرآیند طراحی نیز در نهایت به بخش‌های مختلفی تقسیم می‌شود. مگر اینکه یک سری از ابزارهای استاندارد و دستورالعمل‌ها در جای درست خود قرار داشته باشند. هر طراحی جدید ممکن است تناقضاتی را در محصول، تغییرات جزئی را در رنگ، طرح حروف و یا الگوهای طراحی نشان دهد. جای تعجب نیست که ۵۹% از پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که حفظ ثبات طراحی بزرگترین چالش آنها می‌باشد. بسیاری از شرکت‌ها برای نشان دادن تناقضات و بهبود قیاس پذیری، به سیستم‌های طراحی به عنوان یک راه حل دراز مدت روی آورده‌اند. این سیستم‌ها توسط شرکت هایی مثل Salesforce, Microsoft, intuit  و سایر شرکت‌ها محبوبیت یافته‌اند. یک سیستم طراحی، استانداردهایی را برای تولید محصولات ارائه می‌دهد و همه طراح‌ها و اجزای رمز‌گذاری نیز به آنها نیاز دارند:

* دستورالعمل‌ها \_ مراحل طراحی\_ توافق نامه رمز گذاری، دستورالعمل‌های سرمقاله.
* ارزش‌های بصری، پالت رنگ، مقیاس‌های چاپی، تعریف شبکه، آیکن‌ها و غیره.
* الگوهای \_UIطرح و رمز‌گذاری برای الگوهای تکرار شونده در یک محصول. به عنوان مثال، طرح بندی صفحات، قالب‌ها ، دکمه‌ها و غیره.
* حفظ و نگهداری، چه کسی تغییرات را در سیستم طراحی اعمال می‌کند و چگونه این تغییرات مورد تأیید قرار می گیرند؟

**اجرای پیش خرید برای طراحی در سازمان‌هایی بزرگتر از B2B مشکل‌تر است.**

یک همبستگی آشکار بین اندازه شرکت و میزان اجرای پیش خرید وجود دارد. در شرکت‌هایی با ۱ تا ۲۵ کارمند، ۲۷% اعلام کرده‌اند که اجرای پیش خرید یک چالش است. در شرکت‌هایی با بیش از ۱۰۰۰ کارمند این عدد نزدیک به دو برابر می‌شود یعنی حدود ۴۸%. اصلاً جای تعجب نیست، شرکت‌های بزرگتر بیشتر با شیوه‌های قدیمی کار می‌کنند و آشنایی با شیوه‌های فکری جدید برایشان دشوار است. در این بین طراحان با روند سخت‌تری مواجه می‌شوند به این ترتیب که باید بازگشت سرمایه کار خود را بهبود ببخشند و این امر فرآیند تغییر را برای پیشرفت‌های دراز مدت سخت‌تر می‌کند.

بیشتر شرکت های B2B فرآیندهای سریع السیر را دنبال می‌کنند. اینکه سبک قدیمی تولید محصولات در حال منسوخ شدن است، بسیار خوشایند است. هم اکنون بیشتر تیم‌های طراحی، بجای تعیین همه پیش‌نیازها و تکمیل کار در فازهای مختلف، فرآیند‌های سریع السیر را دنبال می‌کنند. به این صورت الزامات مرتباً بازبینی می‌شوند و کارها در مراتب کوچکتر و با سرعت بیشتری انجام می‌شوند. و نتیجه هر کار در نهایت توسط کاربران آزمایش می شود. هرچه روند انجام کار سریعتر می‌شود مشارکت آنها بیشتر می‌شود که می‌تواند پیش خرید را در دراز مدت بهبود ببخشد.

**سیستم‌های طراحی، کلیدی برای مقیاس گذاری UX در شرکت‌های بزرگ هستند.**

به هر حال، ماهیت تکرار شونده فرآیند‌های ساخت و توسعه سریع‌السیر، نیاز به انواع جدیدی از ابزارهای طراحی و سازندگان آن دارد. تیم‌های طراحی برای ادامه کار با حداکثر سرعت نیاز به ابزارهایی دارند که به آنها در روند انجام و تحویل کار کمک می‌کند.

از آنجایی که ثبات در طراحی یک چالش بزرگ است، به نظر می‌آید که ۶۹% از پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که شرکت آنها یا یک سیستم طراحی دارد یا در حال ساخت یکی از آنها است. اجزایی که توسط یک سیستم طراحی تهیه می‌شوند، فرآیند تولید محصول را مانند بازی لگو می‌کنند، تناقضات را کاهش می‌دهند و قیاس‌پذیری را بهبود می‌بخشند. خودآموزی در بین طراحان B2B متداول و رایج است.

بیش از ۶۵% از پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که مهارت‌های طراحی را خودشان یاد گرفته‌اند. این درصد نشان‌دهنده تعداد طراحانی است که هیچ دوره رسمی آموزشی برای طراحی ندیده‌اند. و آن دسته که دوره‌های آموزش رسمی را گذرانده‌اند، خودشان به یادگیری بیشتر پرداختند.

درصد بالای خودآموزی می‌تواند به دلیل تعداد محدود برنامه‌های آموزشی و رسمی طراحی UX  باشد. در سراسر دنیا دوره‌های تخصصی آموزش UX چهار سال است. این کمبود می‌تواند منجربه ترغیب طراحان‌ UX باید برای تخصص گرفتن در سایر زمینه‌های مرتبط با آن مثل روانشناسی یا انسان‌شناسی تلاش کنند. در حالی که از میان نمونه‌کارهایی که خودشان شروع به انجام دادن آنها کرده‌اند، تجارب زیادی کسب می‌کنند.

درآمد طراحی و چشم‌انداز شغلی در دنیای B2B نوید‌ دهنده و امید‌بخش است.

علیرغم چالش‌های پیش‌ رو، آینده برای طراحان دنیای B2B روشن است. نه تنها آموزش رسمی طراحی یک نیاز صد در صد و قطعی نیست بلکه کسب درآمد ناشی از آن نیز قطعی و مشخص نیست.

وقتی شما ۳ تا ۵ تجربه انجام کار داشته باشید، درآمد به طور چشم‌گیری افزایش می‌یابد. در این سطح بیشتر پاسخ‌دهندگان، سه بار درآمدی بیشتر از ۱۰۰۰۰۱$ آمریکا کسب کرده‌اند. اینها را با آن دسته که بین ۱ تا ۳ سال تجربه دارند مقایسه کنید.

درآمد تخمینی شغل‌های دراز مدت بعد از ده سال تجربه، ۸۲% از پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که سالانه حداقل $۱۵۰۰۰۱ آمریکا کسب کرده‌اند.

با گسترش UX  در سراسر شرکت‌های صنعتی، بیشتر تیم‌های طراحی مشکلات روز افزون طراحی قیاسی فرهنگ و فرآیندها را تجربه می‌کنند.

* ثبات طراحی، قابلیت استفاده و تقاضاهای مشخص؛ موضوعات مورد بحث مطبوعات با حداکثر پاسخ‌دهی باقی می‌مانند.
* همانطور که شرکت‌ها توسعه می‌یابند، تعداد طراحان در هر بخش تولید کاهش می‌یابد.
* بیش از نیمی از شرکت‌کنندگان خاطر نشان کرده‌اند که نقش طراح UX تمام وقت، درست در سه سال گذشته برجسته‌تر شده است.

به هر حال تیم تولید، با به کارگیری فرآیندهای مشارکتی و بسته‌های نرم افزاری سریعاً خود را با بی‌نظمی‌های سازمانی تطبیق می‌دهد. نزدیک به ۷۰% از پاسخ‌دهندگان اظهار داشته‌اند که از یک سیستم طراحی استفاده می‌کنند و حدود ۹۰% دیگر از برخی از فرم‌های فرآیندهای سریع‌السیر پیروی می‌کنند.

شرکت‌ها در نهایت با این واقعیت مواجه می‌شوند که کاربران تجاری دقیقاً انتظار دارند چیزی را تجربه کنند که مصرف‌کنندگان محصولات تجربه می‌کنند. به هر حال این تغییرات یک شبه رخ نمی‌دهد اما آینده به نظر امیدوار کننده می‌آید. همانطور که UX به تکامل خود به عنوان یک اصل اساسی در کسب و کار ادامه می‌دهد، به عنوان یک فرآیند و سیستم عامل در حمایت از توسعه محصولات مشارکتی نیز نقش خواهد داشت.