

# گزارش تفصیلی از برگزاری ششمین همایش کاربرپذیری

روزی که همه از شناخت نیاز کاربران گفتند.

ششمین همایش کاربرپذیری، پنجشنبه 21 آبان ماه همزمان با روز جهانی این رویداد در پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات (مرکز تحقیقات مخابرات ایران) از سوی شرکت چارگون به عنوان نماینده رسمی UXP در ایران، برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی چارگون، این همایش با پخش ویدئویی از سخنان الیزابت روزنبرگ، بنیانگذار روز کاربرپذیری که انحصاراً برای ایران ضبط شده بود، آغاز شد. او در این پیام، کاربرپذیری را عاملی برای موفقیت در استفاده از فناوری و تجارت‌های مرتبط با آن دانست و برای همه علاقه‌مندان این موضوع در ایران آرزوی موفقیت کرد.



## تعامل مدیران محصول و طراحان تجربه کاربری عاملی برای تولید موفق

پس از پخش این پیام، شهباز توکلی مدیر محصول شرکت چارگون با موضوع مدیران محصول در مقابل طراحان تجربه کاربری سخنرانی کرد. وی مدیر محصول را به عنوان کسی معرفی کرد که مسئولیت نهایی محصولات تولید شده را برعهده دارد و گفت: مدیر محصول کسی است که بتواند نیازمندی‌های بازار را بشناسد و محصولات خلاقانه برای پاسخگویی به نیاز آنها تولید کند.

او با اشاره به تداخل و پیچیدگی وظایف مدیران محصول و طراحان کاربری گفت: مدیر محصول کسی است که باید درباره موفقیت یا عدم موفقیت یک محصول پاسخگو باشد

که به این سبب شاید بتوان او را رئیس جمهور یک محصول معرفی کرد. اما طراح کاربری کسی است که باید نسبت به هم‌جهت بودن محصول با نیاز مشتری پاسخگو باشد. بنابراین می‌توان او را عضوی مهم در کابینه محسوب کرد. توکلی خاطرنشان کرد: یک محصول موفق حاصل بازاریابی و فروش، طراحی اثربخش و کاربرپسند بودن و در نهایت حضور یک تیم قوی تولید است. این 3 عامل در کنار یکدیگر جمع نمی‌شوند مگر آنکه مدیران محصول و طراحان تجربه کاربری با همکاری یکدیگر روند تولید یک محصول را به انجام برسانند.



## ضرورت حمایت مدیران ارشد از کاربرپذیری

پس از توکلی، علیرضا نیکوکار طراح کاربری با موضوع چه چیزهایی شرایط شکست یک UX را فراهم می‌کنند سخنرانی کرد.

وی با بیان اینکه موضوع UX و کاربرپذیری باید در یک شرکت از سوی بلندمرتبه‌ترین مدیران و ذینفعان مورد پذیرش و حمایت قرار بگیرد، گفت: در شکست یک تجربه UX عوامل مختلفی از جمله عدم حمایت مدیران ارشد، تقابل و عدم ایجاد هماهنگی با مدیران میانی، عدم تشکیل تیم UX در شرکتها و تحمیل کلیه امور به یک طراح کاربری و همچنین نبود یک تیم منسجم و متخصص و در نهایت نبود ابزارهای اصلی و تجهیزات تست‌گیری و... نقش دارند.



## نیاز کاربران را بشناسید

سپیده قیصر، طراح کاربرپذیری در شرکت پیچک، سخنران بعدی بود که با موضوع کاربرپذیری و طراحی کاربرمحور برای تولید محصول اثربخش سخن گفت. وی با اشاره به تجربه اپلیکیشن CoolKey گفت: طراحان این اپلیکیشن در بازار رقابتی خود توانستند تنها با توجه به یک نیاز مشترک، میان کاربران به موفقیت چشمگیری دست پیدا کنند. آنها برخلاف رقبای خود که امکانات و سرویس‌های مختلفی را در اختیارشان قرار می‌دادند به کاربر خود این امکان را دادند تا در بک‌گراند کیبورد خود بتواند عکس دلخواهش را آپ لود کند. همین امر موجب شد CoolKey به یکی از اپلیکیشن‌های پرکاربر تبدیل شود.

وی ادامه داد: این تجربه برای طراحان کاربرپذیری یک پیام مشخص دارد و آن اینکه اغلب محصولات موفق، تولیداتی هستند که به نیاز کاربر به درستی پاسخ می‌دهند. این پیام تاکید می‌کند به جای دادن سرویس‌های مختلف و بی‌کیفیت فقط یک سرویس را ارائه کنید اما نهایت کیفیت و دقت را در تولید آن به خرج دهید.



## هیچ جایگزینی برای کاربران واقعی محصول وجود ندارد

پرهام باغستانی طراح کاربری چارگون نیز با موضوع آزمایش‌گیری واقعی، سخنران پایانی بخش اول همایش کاربردی پذیر بود. او با بیان این که طراح کاربردی پذیر باید در دنیای واقعی محصولات خود را در معرض آزمایش قرار دهد گفت: در فضای آزمایشگاهی که نوعی رسمیت برای کاربر ایجاد می‌شود به هیچ وجه نیازها و خواسته‌های او منعکس نمی‌شوند چرا که کاربر همواره نگران اشتباه کردن است و احساس واقعی خود را نشان نمی‌دهد و این درست همان نقطه‌ای است که طراح کاربردی پذیر به آن نیاز دارد؛ چراکه از اشتباه کاربر است که طراح به نواقص احتمالی محصول خود پی می‌برد.

باغستانی با بیان اینکه هیچ جایگزینی برای کاربران واقعی محصول وجود ندارد گفت: در آزمایش‌گیری واقعی مهم است که بدانیم کاربر کجا و چطور و با چه ابزاری محصول شما را تست می‌کند. همه این دریافته‌ها در نهایت به همراه فاکتور زمان، به شما کمک می‌کنند یک محصول واقعی را براساس یک نیاز واقعی تولید و ارائه کنید.



## توجه به ضعف‌های انسانی شما را در طراحی موفق می‌کند

به گزارش روابط عمومی چارگون بخش دوم همایش کاربرپذیری با سخنرانی پیام شکیبافر طراح بصری دیجی کالا آغاز شد.

او با اشاره به کتاب EVIL BY Design گفت: نویسنده این کتاب به طراحان کاربرپذیری توصیه می‌کند با بهره‌گیری از گناهان هفت‌گانه یک محصول را طراحی و به کاربر ارائه کنند. به همین دلیل است که نام کتاب خود را شیطان در طراحی نهاده است.

او ادامه داد: این کتاب به شما یاد می‌دهد محصولی تولید کنید که احساس غرور را در کاربران زنده کند. همچنین شما یاد می‌گیرید با استفاده از سستی و کاهلی کاربران، راحت‌ترین پیشنهادها را به او بدهید. با میل مصرف‌گرایی لذت‌مدار او را ترغیب کنید تا محصولات شما را یکی پس از دیگری استفاده کند. شما یاد می‌گیرید با خشم و یا به تعبیری ترس او تغییراتتان را به آرامی در محصولات ایجاد کنید به طوری که او در این تغییرات با شما همراه باشد. با حس حسادت او حس برتری‌جویی‌اش را زنده می‌کنید و با صفت حرص و طمع، می‌توانید محصولات خود را برای او خاص و ویژه جا بیندازید. در این کتاب یاد می‌گیرید با چاپلوسی از کاربران، او را همچنان مشتری خود نگه دارید.



## دسترسی پذیری، حق همه کاربران حتی معلولان است

موضوع دسترسی پذیری عنوان سخنرانی علی رضا الیادرائی بود که در آن تلاش کرد تا دسترسی پذیری را به عنوان یکی از مهم ترین نقاط استراتژیک در کاربردپذیری معرفی کند. او با بیان این که طراح کاربردپذیری باید در تولید محصول خود همه کاربران را در سنین مختلف و با توانمندی های مختلف مد نظر داشته باشد گفت معلولان جسمی، ادراکی، نابینا و ناشنوا از جمله اقشاری هستند که معمولا در تولید یک محصول نادیده گرفته می شوند؛ این در حالی است که استفاده از فناوری در میان همه اقشار به سرعت در حال توسعه است.

اسما کروی با سخنرانی درباره اثر کاربردپذیری بر افزایش خرید اینترنتی و الهام الوندی

با موضوع تدوین پرسونا روشی برای طراحی کاربر محور از شرکت دیجی کالا سخنرانان بعدی این همایش بودند. در ادامه نیز محمد جعفر کرمانپور از کاربرپذیری و بازاریابی و محمدرضا محمدعلی با موضوع چه چیزهایی کاربرپذیر نیست سخن گفتند.



## خود را برای بازارهای جهانی آماده کنید

مدیر محصول میکروسافت به عنوان مهمان ویژه ششمین همایش کاربرپذیری و آخرین سخنران بخش دوم همایش نیز با خطاب به طراحان کاربرپذیری و تولید کنندگان محصولات مبتنی بر فناوری گفت: شما باید خود را برای بازارهای جهانی آماده کنید.

او ادامه داد: پس از گشایش سیاسی اخیر، بازارهای جهانی آمادگی پذیرش کالاها و

خدمات ایرانی را دارند به شرط آنکه تولیدکنندگان این محصولات نیز بازارهای جهانی را به خوبی بشناسند.

آرش معتمدی با اشاره به اهمیت بومی سازی محصولات مطابق با بازارهای هدف تاکید کرد: مدیران محصول و طراحان کاربرپذیری باید نسبت به ابعاد مختلف بازارهای جهانی مورد هدف خود شناخت کافی داشته باشند و این شناخت را به همه ابعاد از زبان تا فرهنگ و تاریخ و ساختار سیاسی- اجتماعی و امکانات دولتی و خصوصی و... تسری دهند.

وی با اشاره به تفاوت ارائه یک سرویس مشترک از سوی شرکت‌های بزرگ مانند گوگل، اپل و مایکروسافت در بازارهای مختلف گفت: فراموش نکنید که محلی سازی کردن یک محصول به معنی شناخت کامل مشتریان و کاربران است.

معتمدی خاطرنشان کرد: یک محصول خوب علاوه بر بومی سازی باید به موضوع دسترسی پذیری نیز توجه ویژه داشته باشد.

وی با بیان اینکه متخصصان حوزه IT جامعه‌ای خاص هستند که می‌توانند لذت درک فناوری را مانند یک جادو به کاربران عادی عرضه کنند گفت: با توجه به پتانسیل‌ها و توانمندی‌های نهفته در نیروی انسانی ایران، دستیابی به بازارهای جهانی، دور از ذهن نیست.

به گزارش روابط عمومی چارگون پنل تخصصی با موضوع جایگاه تجربه کاربری و کاربرپذیری در تولید محصول نیز با حضور آرش برهمند به عنوان میزبان و آقایان فرید خواهش، فرید ارض پیمان، جادی میرمیرانی، پرهام باغستانی و محمدرضا محمدعلی برگزار شد.



## به عنوان متقاضی اینجا آمده‌ام

رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران نیز با حضور در ششمین همایش کاربردپذیری در سخنانی، تجربه کاربری را یکی از گرانبهاترین موضوعات در حوزه فناوری دانست که باید با حوصله و تدبیر به آن پرداخته شود.

نصرالله جهانگرد با بیان اینکه در شرایطی که ارائه خدمات اینترنتی و مبتنی بر فناوری در کشور گسترش چشمگیری یافته و مردم در سطوح مختلف نیازمند دریافت این خدمات هستند، گفت: کاربردپذیری جایگاه ویژه‌ای در تولید محصول به خود اختصاص داده است.

وی با تاکید بر 4 عامل کاهش زمان و هزینه، افزایش کیفیت، تنوع و سهولت دسترسی

در تولیدات مبتنی بر فناوری گفت: در منظر حاکمیتی توصیه ما به مدیران همواره توجه به این عوامل و انتخاب پروژه‌ها با کمترین ریسک است؛ چرا که معتقدیم خدمت و سرویسی را باید به مردم ارائه کنیم که با بیشترین کارایی و کمترین تغییر همراه باشد. جهانگرد تاکید کرد: براساس آمار و اطلاعات موجود، در دهه قبل 12 میلیون سفر درون شهری به وقوع پیوسته است که 70 درصد آنها فقط برای دریافت اطلاعات اولیه بوده است. یک محاسبه کوچک نشان می‌دهد فناوری چه تاثیر شگرفی در کاهش این سفرها خواهد داشت که متاسفانه شاید بتوان گفت فقط درصدی اندک به نیاز جدی مردم پاسخ داده شده و همچنان صورت مساله لاینحل باقی مانده است.

رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران بر لزوم ورود اتوماسیون به سازمان‌ها و توجه به نسخه‌های موبایلی این خدمات تاکید کرد و گفت: معماری کامل، سهولت دسترسی و توجه به کیفیت خدمات، مسئله استراتژیک و مهمی است که متاسفانه بعد از تولید محصول مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرد.

وی ادامه داد: من نه به عنوان مهمان بلکه به عنوان یک متقاضی در همایش کاربرپذیری، انتظار دارم تولیدکنندگان محصولات در حوزه فناوری به نیازهای مردم واکنش مثبت نشان دهند و با مقایسه خدمات مشابه در بازارهای جهانی تولیدات خود را با بهترین کیفیت به آنها عرضه کنند.

جهانگرد با تاکید بر اینکه تجربه کاربری همواره در میدان اجرایی به ظهور می‌رسد گفت: فراهم شدن امکان تحصیل آکادمیک در این حوزه و افزایش مهارت‌های علمی در عرصه کاربرپذیری از نکات مغفول مانده‌ای است که باید به آن توجه ویژه کرد.

وی تاکید کرد: مهم‌ترین پیام کاربرپذیری توجه به کاربر و تولید محصولی با کیفیت و با ارزش افزوده بالا برای ذینفعان است که امیدوارم طراحان کاربرپذیری و مدیران

محصول بتوانند زمینه ظهور و بروز این پیام را هرچه بیشتر و بهتر فراهم کنند.



## معرفی برگزیدگان

هدا لوح و تندیس به 10 برگزیده جایزه کاربردپذیری نیز بخش پایانی این همایش یک روزه بود که در آن، جایزه کاربردپذیری برای دومین سال متوالی به محصولات برگزیده، اعطا شد.

به گزارش روابط عمومی چارگون، انتخاب محصولات برتر جایزه کاربردپذیری به انتخاب هیات داوران متشکل از اساتید دانشگاهی و فعالان صنفی فناوری اطلاعات با تمرکز بر روی تجربه کاربری و کاربردپذیری و بررسی هفت ویژگی یادآورپذیری، آموزش‌پذیری، امکانات، کارایی، یافت‌پذیری و دسترسی‌پذیری و ایمنی از میان 60

محصول بررسی شده به 10 محصول تعلق گرفت.

لوح و تندیس دومین جایزه کاربرپذیری را خانم‌ها علی‌طلب از وبسایت پونیشا، اسما کروی برای موبایل اپلیکیشن دیجی‌کالا و آقایان آجودانیان از وبسایت تیم‌یاب، نوری برای موبایل اپلیکیشن دیکشنری توکان، شهریاری برای موبایل اپلیکیشن فوتبالی، شریفی برای موبایل اپلیکیشن کتاب راه، وجدانی برای موبایل اپلیکیشن نبض بازار، سادات‌طلب برای موبایل اپلیکیشن نزدیکا و پنبه وایقانی برای موبایل اپلیکیشن نواک دریافت کردند.



