JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة التفكير التصميمي وتجربة المستخدم لفرق المنتجات

31 أكتوبر – 4 نوفمبر 2027

القاهرة

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة التفكير التصميمي وتجربة المستخدم لفرق المنتجات

المرجع: 78732_2136 **التاريخ:** 31 أكتوبر – 4 نوفمبر 2027 **المكان:** القاهرة **الرسوم:** GBP 3500

التفكير التصميمي وتجربة المستخدم لفرق المنتجات دورة تدريبية مدتها أسبوع لمالكي المنتجات والمديرين ومصممي الخدمات الذين يرسمون ما يلمسه العملاء، وتنتهي بخارطة أدلة قابلية الاستخدام لمنتج قائم واحد. يقارن العملاء كل شاشة بأسهل تجربة عرفوها، فتخسر الرحلات الضعيفة ولاءهم بسرعة. تقدم جوبيتر برايم للتدريب دورة التفكير التصميمي وتجربة المستخدم للفرق التي تقرر ما يبنى لاحقا.

لماذا يهم التفكير التصميمي وتجربة المستخدم الآن

ثلاث قوى تضع تجربة المستخدم على جدول القيادة. القنوات الرقمية تتيح للعميل ترك الرحلة في ثوان. وفرق المنتجات تطلق إصدارات أصغر بوتيرة أعلى، فيكسب من يختبر افتراضاته مبكرا بدل الدفاع عن ميزات مكتملة. كما توسع توقعات إمكانية الوصول دائرة من يجب أن يخدمهم المنتج، من المستخدم الواثق إلى أصحاب القدرات المتنوعة. والمؤسسة التي تصغي جيدا تقلل إعادة العمل ومكالمات الدعم والإطلاقات المتعثرة. وتستند الدورة إلى دورة التصميم المتمحور حول الإنسان بمراحلها: التعاطف والتحديد وتوليد الأفكار والنمذجة والاختبار، مشروحة بممارسة عملية لا بمنهج مملوك لجهة.

المستفيدون من التفكير التصميمي وتجربة المستخدم

- من يملكون قائمة أعمال المنتج ويقررون أي مشكلات المستخدم تحل أولا
- من يديرون القنوات الرقمية أو قنوات الخدمة ويسألون عن معدلات الإكمال والانسحاب
- من يصممون النماذج والشاشات ونوافذ الخدمة ونصوص المكالمات التي يمر بها العملاء
- من يقودون فهم العملاء ويحولون الشكاوى والمقابلات إلى أدلة
- من يرعون التغيير ويحكمون على جاهزية الفكرة للتوسع

يستفيد فريق المنتج متعدد التخصصات أكثر حين يحضر مالكه ومصممه وقائد قناته معا ويتشاركون صورة واحدة للمستخدم.

قدرات التفكير التصميمي وتجربة المستخدم

يتعلم المشاركون أن يحسم السلوك المرصود، لا الرأي، نقاشات المنتج.

- تخطيط مقابلات التعاطف وجلسات الملاحظة في السياق — لمالك المنتج حين يختار المشكلة التي يعالجها
- بناء شخصيات مستخدمين مبنية على الأدلة وعبارات المهام المطلوب إنجازها — لتوافق المصممين والمحللين على مستخدم واحد
- رسم رحلات العملاء الحالية بنقاط الألم ولحظات الحسم — لقادة القنوات عند ترتيب الإصلاحات
- تصميم نماذج أولية منخفضة الدقة وإطارات شاشات قابلة للنقر — للرعاة عند الموازنة بين الأفكار قبل تمويل البناء
- اختبار الأفكار عبر جلسات قابلية استخدام موجهة ومقاييس المهام — للفرق حين تقرر التحسين أو التحول أو الإطلاق
- عرض النتائج في خارطة تجارب — للقيادة عند اعتماد نطاق الإصدار التالي

مصطلحات التفكير التصميمي وتجربة المستخدم الأساسية

- مقابلة التعاطف — حوار مفتوح مع مستخدم حقيقي يستكشف أهدافه وإحباطاته والحلول الالتفافية التي يلجأ إليها.
- شخصية المستخدم — ملف مبني على البحث لفئة من المستخدمين يصف أهدافها وسياقها وسلوكها.
- خريطة رحلة العميل — خط زمني مرئي لكل خطوة وقناة وشعور يمر به المستخدم.
- النموذج الأولي منخفض الدقة — رسم تقريبي أو شاشة ورقية أو مجسم بسيط لاختبار فكرة بتكلفة قليلة.
- اختبار قابلية الاستخدام — مراقبة مستخدمين ممثلين وهم يؤدون مهام واقعية على المنتج.
- هندسة المعلومات — بنية المحتوى وتسمياته وطرق التنقل فيه.

التفكير التصميمي وتجربة المستخدم يوما بيوم

اليوم 1: رؤية المنتج بعين المستخدم

- دورة التصميم المتمحور حول الإنسان — أين تتجاوز قرارات المنتج المستخدم عادة
- مبادئ تجربة المستخدم في النفع والسهولة والجاذبية — تحديد معايير الجودة
- تدقيق فجوات التجربة — تحديد مواضع الاحتكاك عبر القنوات الرقمية والخدمية
- خريطة منظومة أصحاب المصلحة والمستخدمين — من يصنع القرارات ومن يتأثر بها
- لوحة صياغة المشكلة — اختيار مشكلة مستخدم واحدة تستحق الحل

اليوم 2: أبحاث التعاطف وشخصيات المستخدمين

- دليل مقابلة التعاطف — السؤال عن السلوك بدل الآراء
- الملاحظة في السياق والمرافقة الميدانية — رصد الحلول الالتفافية الفعلية
- تجميع ملاحظات البحث بالتقارب — تحويل الاقتباسات إلى أنماط
- بناء شخصيات مستخدمين مبنية على الأدلة — الاتفاق على المستخدم الذي يخدمه المنتج
- عبارات المهام المطلوب إنجازها — ربط أهداف المستخدم بأولويات قائمة الأعمال

اليوم 3: الرحلات وتوليد الأفكار وهندسة المعلومات

- خريطة رحلة العميل الحالية — كشف نقاط الألم ولحظات الحسم
- أسئلة كيف يمكننا — إعادة صياغة نقاط الألم فرصا للتصميم
- جولات الرسم التباعدي المؤقتة — توليد خيارات كثيرة بسرعة
- فرز البطاقات وتصميم التنقل — هيكلة محتوى يجده المستخدم
- مصفوفة الأثر والجهد — اختيار الأفكار التي تنمذج أولا

اليوم 4: النمذجة الأولية واختبار قابلية الاستخدام

- النماذج الورقية وإطارات الشاشات القابلة للنقر — مواءمة الدقة مع السؤال المطروح
- نص اختبار قابلية الاستخدام وسيناريوهات المهام — وضع مهام واقعية منصفة
- جلسات الاختبار الموجهة والتفكير بصوت مرتفع — رصد التردد والأخطاء
- مقاييس نجاح المهمة والوقت والرضا — الحكم على نجاح الفكرة
- فحوص إمكانية الوصول والتصميم الدامج — خدمة مستخدمين بقدرات متنوعة

اليوم 5: ممارسة خارطة أدلة قابلية الاستخدام

- تحديث الشخصيات والرحلات من نتائج الاختبار — تجديد صورة المستخدم
- تخطيط التكرار من ملاحظات المستخدمين — قرار التحسين أو التحول أو الإطلاق
- قائمة التجارب وبطاقات الفرضيات — ترتيب دورات التعلم التالية
- نقد التصميم وسرد النتائج — كسب دعم الراعي للتغييرات
- خارطة أدلة قابلية الاستخدام — اعتماد التجارب الثلاث التالية للمنتج

تطبيق التفكير التصميمي وتجربة المستخدم بعد الدورة

- إجراء خمس مقابلات تعاطف وإعادة بناء شخصية مستخدم وخريطة رحلة واحدة من الأنماط المستخلصة
- اختبار نموذج ورقي أو قابل للنقر لميزة مخططة مع خمسة مستخدمين ممثلين قبل اعتماد البناء

أسئلة حول التفكير التصميمي وتجربة المستخدم

ما التفكير التصميمي وتجربة المستخدم ولماذا يهم الآن؟

التفكير التصميمي وتجربة المستخدم بناء المنتجات انطلاقا من سلوك المستخدم المرصود لا من الافتراضات. ويهم الآن لأن العملاء يتحولون سريعا بعد رحلة سيئة، ولأن دورات الإصدار القصيرة تكافئ الاختبار المبكر.

من يستفيد أكثر من دورة التفكير التصميمي وتجربة المستخدم؟

يستفيد مالكو المنتجات ومديرو القنوات الرقمية والخدمية والمصممون وقادة فهم العملاء. فهم يقررون ما يبنى وكيف يتنقل المستخدم فيه.

كيف يختلف التفكير التصميمي وتجربة المستخدم لفرق المنتجات عن دورة ابتكار الخدمات؟

يركز التفكير التصميمي وتجربة المستخدم لفرق المنتجات على الشاشات والمسارات والميزات المختبرة مع المستخدمين. أما دورة ابتكار الخدمات فتعيد تصميم نماذج الخدمة وعملياتها كاملة.

ماذا تعود به من دورة التفكير التصميمي وتجربة المستخدم؟

تعود بخارطة تجارب مستخدم لمنتج قائم واحد. وتضم شخصيات ورحلات محدثة ونتائج النماذج الأولية والتجارب الثلاث التالية.

التفكير التصميمي وتجربة المستخدم: الطريق إلى الأمام

تمنح خارطة أدلة قابلية الاستخدام فريق المنتج أول قرار متفق عليه: أي مشكلة مستخدم يعالجها الإصدار التالي وكيف ستختبر. يستخدمها مالكو المنتجات لتشكيل قائمة الأعمال، والمصممون لتخطيط الجلسات، والرعاة لتمويل الأدلة بدل الآراء. وتستحق المراجعة بعد الاختبارات الأولى، حين تكشف النتائج أي افتراضات عن المستخدم ما زالت صامدة.