www.takbook.com

آکادمی آی‌تی

www.academy-it.ir

چگونه وب سایتی
با بهترین رابط کاربری بسازیم

www.takbook.com

سلام دوست من ، خوشحالم که باز میتونم نکات کاربردی رو در زمینه طراحی سایت با تو دوست عزیزم عنوان کنم .امروز میخوام نکاتی رو بهت بگم که باعث میشه وب سایت شما اصطلاحا user friendly یا کاربر پسند تر بشه و کاربرانی که سایت شما رو میبینن بیشتر لذت ببرن تا اینکه بخوان درگیر یک سری مسائل بی اهمیت بشن یا اصطلاحا بعضی از موارد توی ذوقشون بزنه !

این مطالبی که برای شما گردآوری کردم مرجع اصلی اون وب سایت http://goodui.org هست که هدفش گسترش علم گرافیک وب سایت هست که توسط گروه مهندسی پتا به فارسی برگردونده شده . این نکات میتونه خیلی به کاربر پسند بودن وب سایت شما کمک کنه .

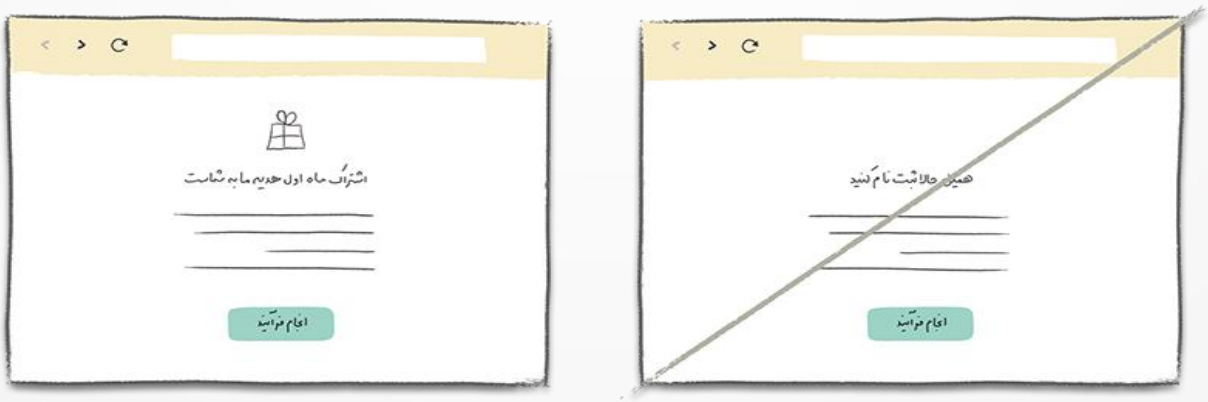
www.takbook.com

- **به جای طراحی لی اوت چند ستونه، طراحی تک ستونه را هم امتحان کنید**

کاربران همیشه می خواهند راحت تر روی مطالب تمرکز کنند و آن ها را بخوانند، به عبارتی دیگر از چیزهای اضافی خوششان نمی آید! با استفاده از طراحی تک ستونه، در اصل شما کاربران را به سمت مطلب خود هدایت کرده اید، در حالی که یک لی اوت چند ستونه، می تواند کاربر را از هدف اصلی خود منحرف کند و نتواند آن چیزی را که در وب سایت شما میخواست ، بدست بیاورد، مطلب خود را در لی اوت تک ستونه به اشتراک بگذارید به همراه یک دکمه ی CallToAction مناسب!

- **پاداش به جای تحمیل**

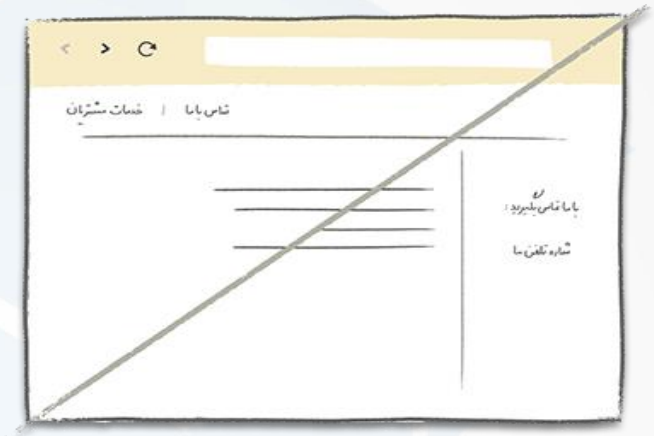
یکی از معدود راه های جذب مشتری ؛ پاداش دادن در یک فضای دوستانه مجازی است.
به عبارت دیگر دادن هدیه (پاداش) یک روش اثر گذار و ترغیب کننده است که بر پایه اصل ارتباط با مشتری، بنا نهاده شده است.
آن طور که مشهود است دادن پاداش به مشتری می تواند معامله را به سود شما تمام کند.



www.takbook.com

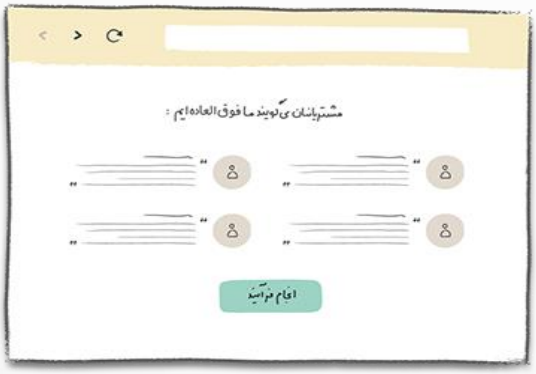
- **بجای متلاشی کردن رابط کاربری تلاش کنید تا عملکردهای مشابه را باهم ترکیب سازید**

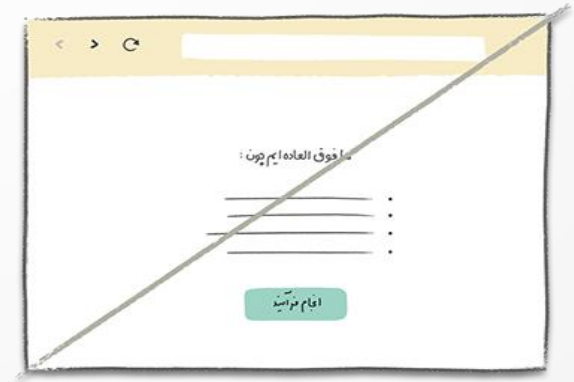
در این بازه زمانی، به راحتی بخشهای متعدد، عناصر صفحه و ویژگیهای آن که همگی عملکردهای مشابه دارند ناخواسته ایجاد میشوند. و در این لحظه است که تمامی این اجزا درهم میریزند. تلاش کنید تا با روشهای مختلف عملکردهای تکراری اجزای صفحه را شکار کنید. زیرا این عملکردهای تکراری بر مشتری شما فشار وارد کرده و درک آنها را سخت میکند.
اغلب، تجزیه رابط کاربری در بالاترین نقطه این نمودار آموزشی اتفاق می افتد، جایی که کاربر با آن تعامل دارد. حالا این موضوع را در نظر گرفته و چیدمان رابط کاربری خود را مجدداً انجام دهید.



- **سعی کنید تا مورد تایید مردم باشید به جای خود ستایی**

مورد تایید بودن تکنیک عالی دیگری است که مستقیما سبب افزایش آمار بازدید میگردد.
دیدن این که دیگران شروع به صحه گذاشتن بر پیشنهاد ها و صحبت های شما می کنند، میتواند یک راه عالی برای تقویت شروع کار باشد.
مدرک و جزئیات کارتان را نشان دهید ارائه دهید تا دیگران توجیه شوند.





www.takbook.com

- **تلاش کنید تا عملیات های کلیدی را تکرار کنید بجای اینکه فقط یکبار آن را نمایش دهید.**

تکرار دکمه های کلیدی و مهم در صفحات طولانی و بلند و یا مجموعه ای از صفحات شماره گذاری شده یک استراتژی مهم است. مطمئناً هیچگاه تمایل نخواهید داشت پیشنهادات خود را ده ها بار در یک صفحه نمایش داده و کاربران وب سایت خود را مأیوس کنید. با این حال در صفحات طولانی این پیشنهادات به دلیل تراکم بالای اطلاعات در صفحه به تدریج ناپدید شده و از دید محو میگردند. در این مواقع تکرار یک دکمه کلیدی در بالا و همچنین در پایین صفحه هیچ تداخلی در طراحی یک رابط کاربری مطلوب ایجاد نمیکند. گاهاً وقتی کاربران به پایان صفحه میرسند با خود فکر میکنند که هم اکنون باید چه کاری انجام دهند و گام بعدی چیست؟! این بهترین پتانسیل برای عنوان کردن یک پیشنهاد کارامد و یا یک معامله سود آور برای شماست.

- **دکمه ها را متمایز کنید اما شلوغ بازی خیر! / تمایز میان دکمه های کلیک شده و فعال**

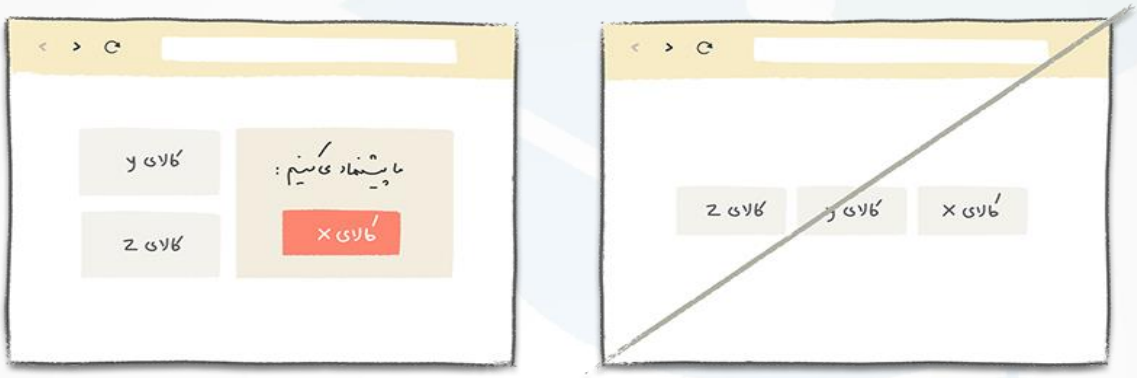
زیبایی بصری از جمله تمایزات بین رنگ ها می تواند یک نشانه اعتماد، برای کاربران شما باشد، کاربران میتوانند یک چرخشی اساسی، در سایت شما داشته باشند بدون اینکه گیج شوند، کاربر ممکن است از خود بپرسد من کدام صفحات را دیدم ام، هم اکنون کجا هستم و چه صفحاتی باقی مانده، است. منظور نهایی ما این است که کاربر تمایزات را متوجه شود، بدانند که در کدام صفحه قرار دارند.

همانطور که در تصویر زیر مشاهده میکنید ، در تصویر سمت راست، رنگ بندی کاملا شلوغ بازیست و حتما کاربران که خود شما باشید ، گیج خواهید شد، نمی دانید کجایید؟ اما در تصویر سمت چپ، کاربر به راحتی می تواند لینک ها را تشخیص دهد و بداند هم اکنون در کجا قرار دارد؟!زمانی که تمایزات به درستی رعایت شوند، کاربران راحت تر می توانند وب سایت شما را دنبال کنند، پس لطفا کار را برای خود و کاربران خود سخت نکنید و شلوغ بازی در نیاورید!

www.takbook.com

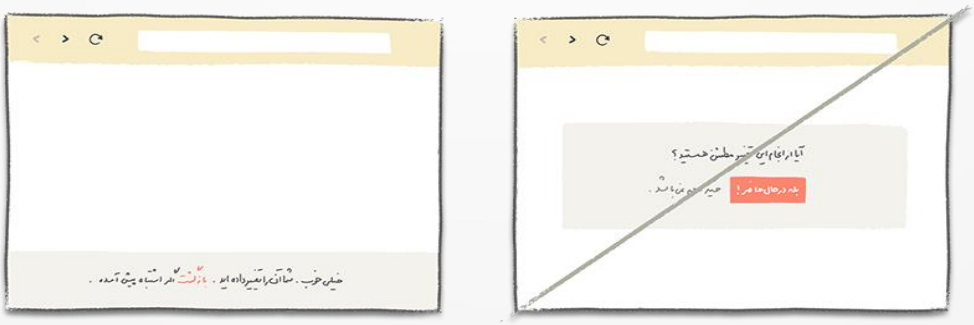
- **به جای نمایش پیشنهادات یکسان، گزینه خود را توصیه کنید**

زمانی که چندین پیشنهاد نمایش داده می شود، تاکید بر یک پیشنهاد ممکن است بهتر از چندین اشاره کوچک به موضوعات باشد.
بر اساس مطالعات روان شناختی، پیشنهاداتی که دارای گزینه های بیشتری هستند، شانس کمتری نسبت به پیشنهاداتی که دقیقا روی آن ها تاکید شده و ساخته و پرداخته شده است، دارند.
بر همین اساس برای به نتیجه رسیدن، سعی کنید برای برجسته کردن موضوع اصلی، آن را توصیه کنید و بطور شفاف آن را نمایش دهید.



- **تلاش کنید تا قابلیت بازگشت از یک عمل را برای کاربر فراهم کنید**

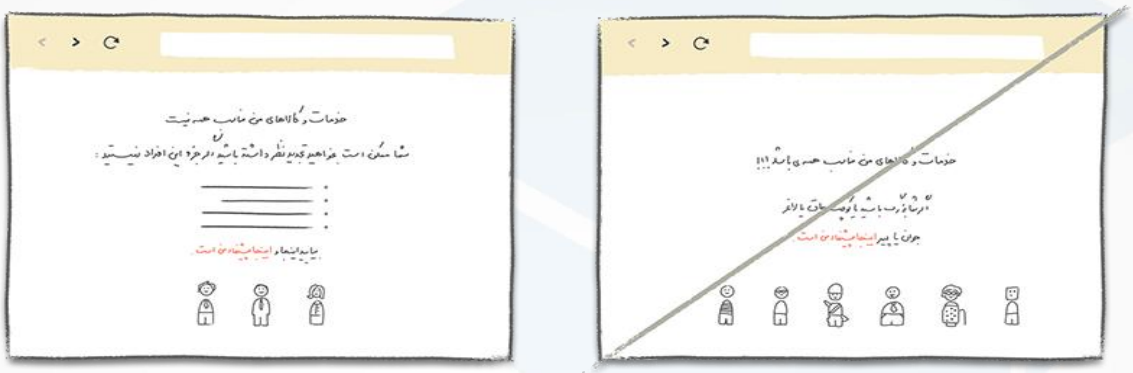
تصوّر کنید که دکمه ای را برای انجام دادن عملی فشار داده اید، ترجیح میدهید که عمل را به راحتی و بدون وقفه انجام دهید و در صورت اشتباه بودن آن از این عمل بازگردید یا توسط پرسش های متعدد که سعی در متوجّه سازی شما نسبت به عملی که در حال انجام است دارند کلافه شوید؟!
من به این نتیجه رسیدم که بیشتر زمان ها فعالیت انسانها در شرایط اتفاقی رخ میدهند. این بسیار خسته کننده و ناراحت کننده است که کاربران را برای انجام عملی بارها و بارها مورد پرسش قرار دهیم – یک تجربه انسانی
تلاش کنید تا شرایطی را برای کاربران وب سایت خودتان ایجاد کنید که حس کنند می توانند رفتارهایشان را در وب سایت شما کنترل کرده و از عمل اتفاق افتاده بازگردند بدون اینکه بارها و بارها آنها را برای عملی که در حال انجام آن هستند مورد مؤاخذه قرار دهید



www.takbook.com

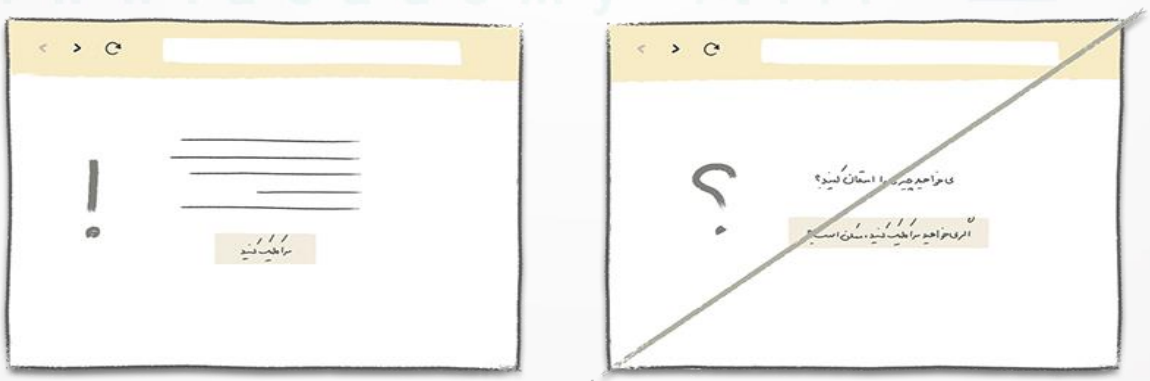
- **دقیقا اعلام کنید که برای چه مخاطبانی مفید هستید!**

واقعا فکر می کنید شما می توانید همه مخاطبان را راضی نگه دارید؟ و یا اینکه می توانید همه آنها را مورد هدف خود قرار دهید؟ این کار تقریبا غیر ممکن است، شما باید مخاطبین خود را بر اساس محصول خود مورد هدف قرار دهید. سعی کنید برای مشتریان خود متحصر به فرد باشید، زمانی که نامی از یک حرفه ، موضوع یا محصول می آید ، همه شما را صدا زنند، این یعنی منحصر به فرد بودن که نتیجه آن کسب اعتماد مخاطب است. مشتریان واقعی اما محدود، همیشه بهتر از مشتریانی هستند که فقط نامشان مشتری است، پس مخاطبان بخصوصی را هدف خود قرار دهید.طراحی رابط کاربری فقط گرافیک نیست ، بلکه همیشه پشت آن فکرهایی نهفته است



- **به جای تردید داشتن قاطع باشید**

شما می توانید در پیام های صوتی خود با تردید و صدایی لرزان صحبت کنید ، یا اینکه با اعتماد به نفس صحبت کنید. اگر شما در آخر پیام های خود از علامت های سوالی "شاید" ، "امکانش وجود دارد" ، "علاقه مند هستید؟" و یا "می خواهید؟" استفاده می کنید ؛ بهتر است که با اعتماد به نفس بیشتری حرف بزنید. چه کسی می داند شاید دادن یک ذره آزادی عمل بیشتر به مردم باعث شکل گیری ارتباطات بهتری با مردم گردد.



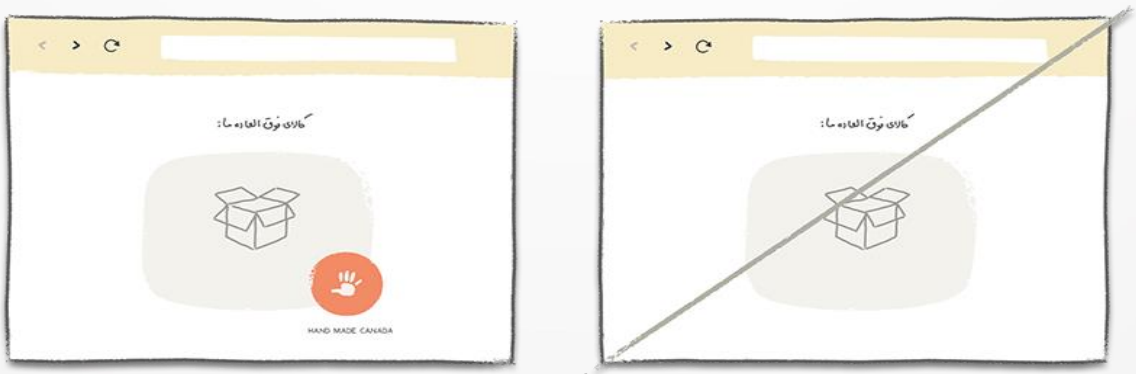
www.takbook.com

- **تلاش کنید بیشتر تفاوت ایجاد کنید تا شباهت.**

تلاش کنید دکمه های مهم خود را مشخص تر و برجسته تر نسبت به اجزای اطراف آن ایجاد کنید، این موضوع رابط کاربری شما را قوی تر خواهد کرد. شما به راحتی میتوانید از راه های مختلف تفاوت میان دکمه های مهم خود را با سایر اجزا ایجاد نمایید. برای مثال شما میتونید عنصر مهم خود را تیره تر از سایر اجزای صفحه که رنگ روشن تری دارند ایجاد نمایید. یا می توانید با استفاده از سایه و طیف های رنگی عناصر مهم صفحه را به ظاهر نزدیک تر به کاربر نمایش دهید و برجستگی ایجاد کنید. و پیشنهاد آخر میتوانید از رنگهای مکمل مثل زرد و بنفش برای ایجاد تفاوت در اجزای مهم خود بهره ببرید. شاید هم بتوانید از این پیشنهاد ها بصورت ترکیبی استفاده کنید، به هر حال ایجاد این تفاوت میان دکمه ها و اجزای مهم صفحه و سایر اجزای آن میتواند کاربری وب سایت شما را افزایش دهد.

- **محل تولید کالای / سرویس خود را عنوان کنید**

این عمل باعث میشود که مشخص شود شما از کجایید، و جامعه هدف کالا یا سرویس ارائه شده توسط شما را از حلت عمومی به یک مرحله شخصی تر ارتقا می دهد. ذکر محل زندگی، شهر و یا کشور مسیر مطمئنی برای معرفی یک محصول است همینطور باعث ایجاد یک رابطه دوستانه بین ارائه دهنده و مشتری میشود. همچنین باید در نظر داشت که اغلب توضیح اینکه محصول ساخت کدام کشور است نشان دهنده مرغوبیت و تولید با کیفیت آن است. و این یک پیروزی است



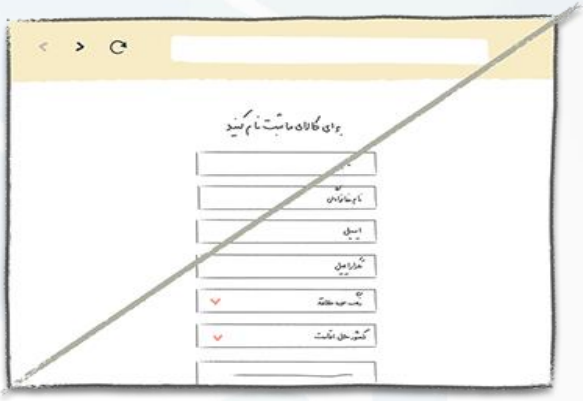
www.takbook.com

- **از کمترین فیلد برای پرسش ها استفاده کنید**

بشریت بطور ذاتی در برابر کار سخت از خود مقاومت نشان می دهد و این عقیده در پر کردن فرم های ثبت نام و ورود به سایت نیز تاثیر گذار بوده. هرفیلدی که در خواست پر کردن آن را از بیننده ی سایت دارید در واقع یم ریسک است که او را از دست بدهید.

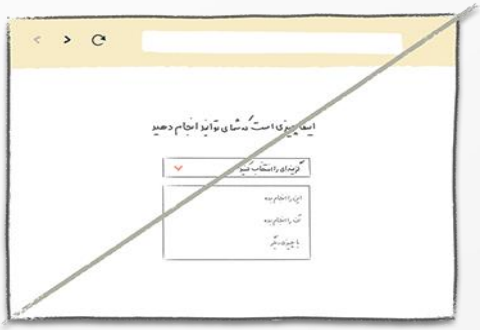
سرعت تایپ کردن برای هر کسی متفاوت است ، مخصوصا زمانی که این کار را در موبایل انجام می دهید بسیار کسل کننده است؛ بنابراین فقط فیلدهای ضروری را نگه دارید و در صورت ممکن فیلدهای دیگر را حذف کنید.

اگر شما فیلدهای متعددی در سایت خود نیاز دارید بهتر است یک صفحه به جز صفحه ورود به سایت را برای این فیلدها در نظر بگیرید و این فیلد هارا از یکدیگر جدا کنید. حالا فرم شما بسیار مناسب شده اما باز تلاش کنید تا ساده ترین حالت را ارائه دهید.



- **با مخفی کردن گزینه های انتخابی برای کاربر مبارزه کنید و آنها را نمایش دهید**

هر منوی کشویی که در وب سایت خود استفاده میکنید گروهی از فعالیت های را برای کاربر مخفی میکند و اون نیاز به کشف آنها دارد. مخصوصاً اگر گزینه هایی که از دید کاربر مخفی میسازید نقش مهم و حیاتی داشته باشند نیازمند آن هستید که آنها را برای او به نمایش بگذارید. تلاش کنید این مخفی سازی را برای گزینه های قابل پیشبینی مثل تقویم ها یا انتخاب موقعیت های جغرافیایی قرار دهید و منو ها را از حالت کشویی خارج کرده و آنها را مسطح سازی کنید. البته ممکن است کشویی کردن منوها در بعضی از رابط های کاربری جوابگو باشد و بتوان از آنها استفاده کرد مثل منوهایی که کاربر به کرّات از آن استفاده میکند و عملی را تکرار میکنند. به هر حال مراقب باشید استفاده از منوهایی کشویی مسیر وب سایت شما را منحرف و کاربران شما را گمراه نکند



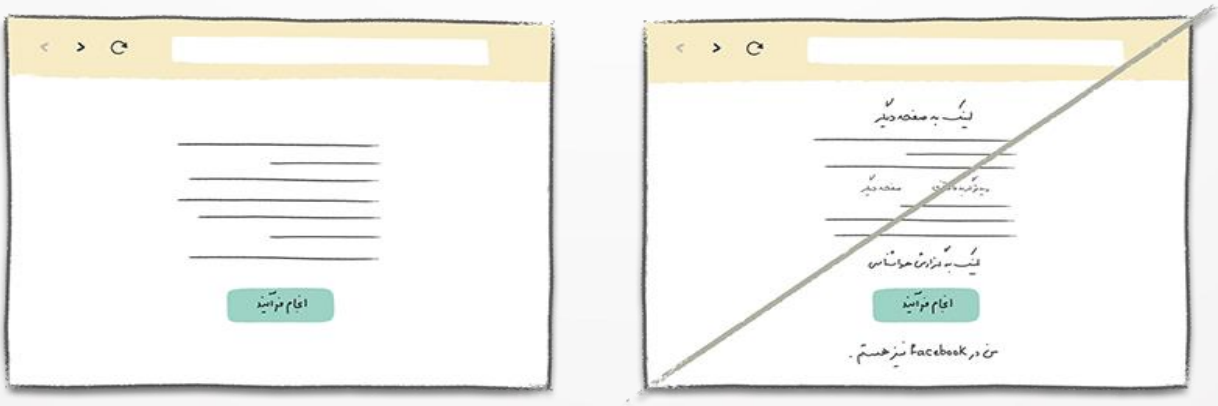
www.takbook.com

- **پیوستگی به جای پایان اشتباه**

اسکرول کردن یک پیج بلند خوب است اما نباید این احساس در بیننده بوجود بیاید که یک قسمت از مطلب ناخوانده باقی مانده است. اگر پیج شما اسکرول دارد سعی کنید یک مدل ویژوال برای دسترسی بیننده به قسمت های پایین صفحه ایجاد کنید. دوما مراقب فواصل بزرگ اطراف فضاهای در معرض دید بیننده باشید.با تمام این صحبت ها باید در نظر داشت که اسکرول کردن در دیوایس های مختلف شامل نمایش و خروجی های متفاوتی است.

- **تلاش کنید تا تمرکز کاربر را حفظ کنید تا او را لینک باران کنید**

ساختن صفحه ای با تعداد لینکهای زیاد در چپ و راست صفحه که کاربر را برای نیازش به بخشهای مختلف هدایت کند کار آسانی است. اگر درحال ساخت صفحه ای برای موضوعی خاص هستید کافی است تا دکمه ای برای انجام عملی خاص در پایین متن قرار دهید تا کاربران را هدایت کند. قرار گرفتن دکمه ها بعد از متن مورد نظر شما بسیار موضوع حساسی است بودن یک دکمه در بالای متن عملی ریسکی است زیرا ممکن است کاربر بدون مطالعه متن شما از صفحه خارج شود و نفهمد هدف شما زا تولید این صفحه چه بوده است. بر روی تعداد لینک های صفحه حساس باشید تعداد لینک های زیاد وب سایت شما را شبیه به وب سایت های گذرگاهی میکند. حذف دکمه های اضافی یک راه مطمئن برای رساندن کاربر به مقصد مورد نظر و دکمه های مهم تر میباشد.



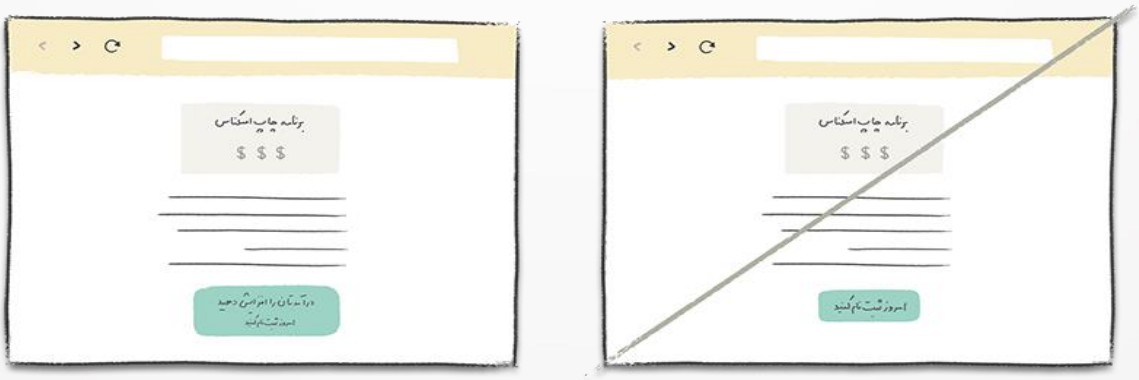
www.takbook.com

- **وضعیت کنونی کاربر را به طور وضوح برایش نمایان کنید.**

در هر رابط کاربری، معمولا هر المان می تواند وضعیت های گوناگونی داشته باشد، مثلا یک ایمیل می تواند خوانده شده یا ناخوانده شده باشد، فاکتور می تواند پرداخت شده باشد یا پرداخت نشده باشد، اطلاع رسانی به مخاطب از وضعیت کنونی خود، یک راه بسیار مناسب برای جلب نظر آنهاست.به عبارتی بهتر رابط وضعیتی، برای کاربر این اطلاع رسانی را به او می دهد که تراکنش های گذشته خود را (چه مالی و چه غیر مالی) چگونه انجام داده است و یا اینکه باید انجام دهد..

- **استفاده از دکمه های مفیدتر و نتیجه بخش تر به جای دکمه های تک کاربردی**

در صفحه دو دکمه دیده می شود که دکمه اول به شما می گوید برای دسترسی به دیگر امکانات سایت ابتدا ثبت نام کنید. دقت کنید که خطوط اولیه هر متن شانس بیشتری برای خوانده شدن دارند؛ بنابراین به جای قرار دادن پروسه طولانی ثبت نام سعی کنیداز همان ابتدا فرم ها را پشت سر هم قرار دهید و بین آن ها ارتباط معقولی ایجاد کنید.
هدف کلی این است که دکمه های صفحه بهترین نتیجه را در بر داشته باشد. روش دیگر این است که دکمه ها را جایی قرار دهید که مردم درباره دلیل استفاده از این دکمه از خود سوالاتی بپرسند.
مطمئنا هنوز هم می توان بر روی دکمه ها کار کرد پس سعی کنید رابط کاربری بهتری طراحی کنید تا بیننده را قانع سازید برای مراجعه بیشتر به سایت.



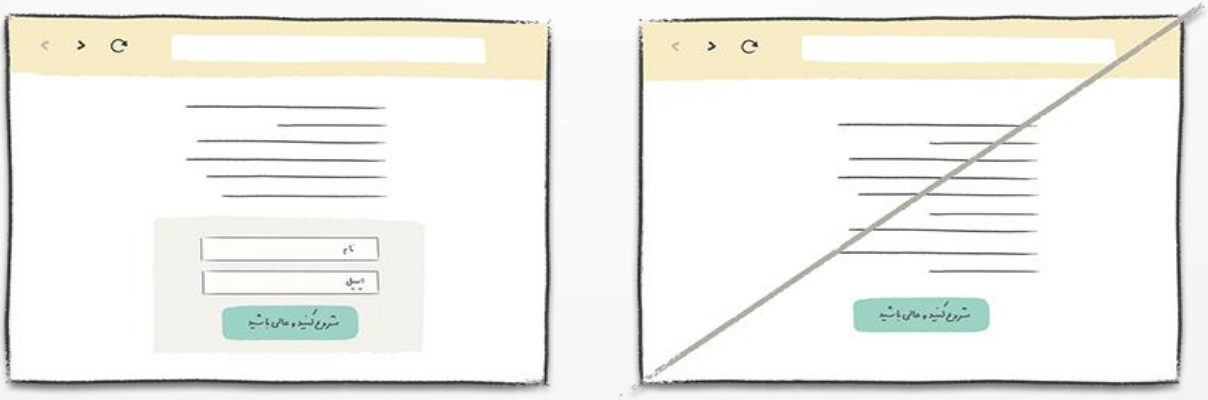
www.takbook.com

- **تلاش کنید دسترسی مستقیم ایجاد کنید تا کاهش در تعداد منوها**

گاهاً لازم است تا با تکرار بعضی از عناصر در صفحه دسترسی مستقیم به رخداد عملی را ایجاد کنید. برای مثال زمانهایی که تعدادی داده در یک لیست به نمایش در می آیند، معمولاً میخواهیم به کاربر اجازه دهیم تا تغییراتی را در لیست ایجاد نماید. هاور شدن موس یا فشردن دکمه ای از موس روی هر یک از رکورد های جدول میتواند رویدادی باشد که به کاربر دسترسی مستقیم به تغییراتی مثل حذف کردن، تغییر نام یا حتی انتخاب کردن و غیره را بدهد. ایجاد این قابلیت در وب سایت باعث کاهش میزان سردرگمی کاربر در میان صفحات و کلیک های زیاد میشود که باید از ابتدای کار آنها را در نظر گرفت. البته این را بخاطر داشته باشید که استفاده از منوهای عمومی و کاهش دکمه ها مسیر اشتباهی نیست اما موضوع انتخاب بهترین راه برای جذب کاربر است

- **میتوانید با نمایش فیلدهایی از ایجاد بعضی صفحات اضافی جلوگیری کنید**

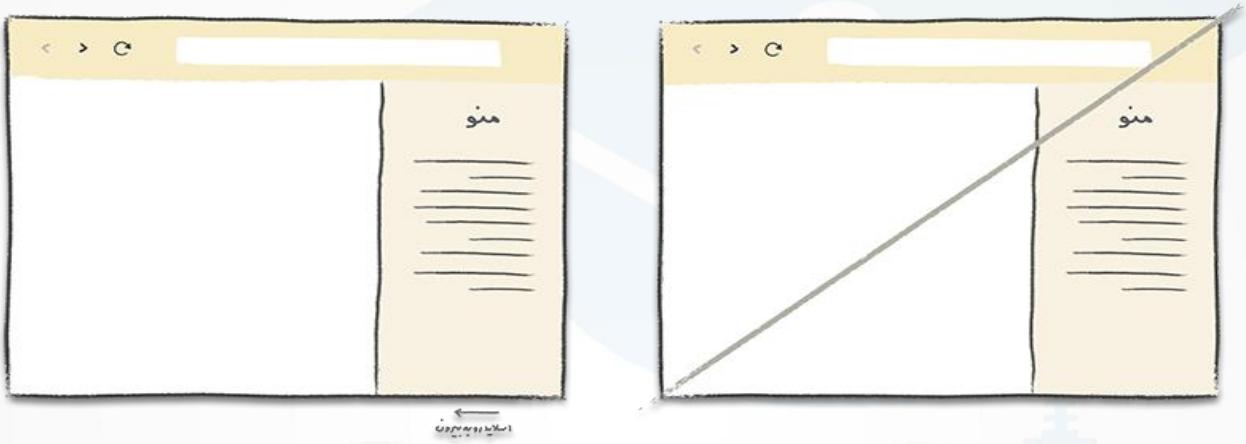
در هنگام طراحی صفحات لندینگ که همیشه یک هدف خاص را دنبال می کنند، کوتاه کرن مسیر رسیدن به هدف بسیار مهم است، قرار دادن المان هایی همچون فرم ثبت نام ، خبرنامه و ... در یک صفحه بدون انجام گام های اضافی و صفحات اضافی می تواند مزیت های بسیار زیادی داشته باشد . هدف از ارائه این نکته ، از بین بردن گام های اضافی است! تا کاربر در کوتاه ترین زمان ممکن به هدف خود برسد،ممکن است نمایش فرم ثبت نام در یک صفحه دیگر وقت کاربر را بگیرد (البته می تواند بستگی به نوع طراحی داشته باشد) ولی در کل کاربران دوست دارند هر چه سریعتر کار خود را انجام بدهند و به هدف خود برسد!



www.takbook.com

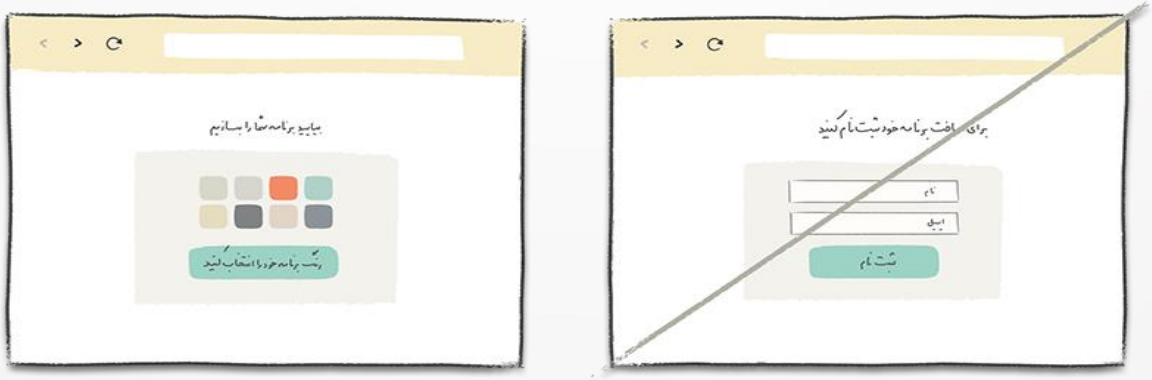
- **به جای نمایش تغییرات ناگهانی از تاخیر زمانی** (Transition) **برای تغییرات استفاده کنید.**

عناصر مختلف در یک صفحه می توانند به چند شکل دچار تغییرات شوند : پنهان شدن، جا به جا شدن، حذف شدن و یا تغییر سایز. اگر این تغییرات به صورت ناگهانی باشد، بدون شک برای کاربری که این تغیرات را انجامی دهد ، مشاهده روند این تغییرات، ملموس و قابل درک نیست و کاربر نمی تواند تغییر را مشاهده کند! و یا اینکه تغییری را مشاهده می کند که به نظرش چندان خوشایند نیست. اما اگر همین تغییرات با یک تاخیر زمانی کوتاه مثلا 0.5 ثانیه به کاربر نمایش داده شود ، علاوه بر این که تغییرات برای کاربر بسیار ملموس می شود، احساس آرامش به کاربر دست خواهد داد و اینگونه اتفاق ناگهانی برای کاربر رخ نخواهد داد. قابل ذکر است که سرعت تاخیر زمانی باید میزانی باشد که نه کاربر از تغییرات خسته شود و نه اینکه اینقدر سریع باشد که قابل دیدن نباشد!



- **تلاش کنید کاربر را به تدریج درگیر استارت آپ خود کنید بجای آنکه شتابزده عمل کنید**

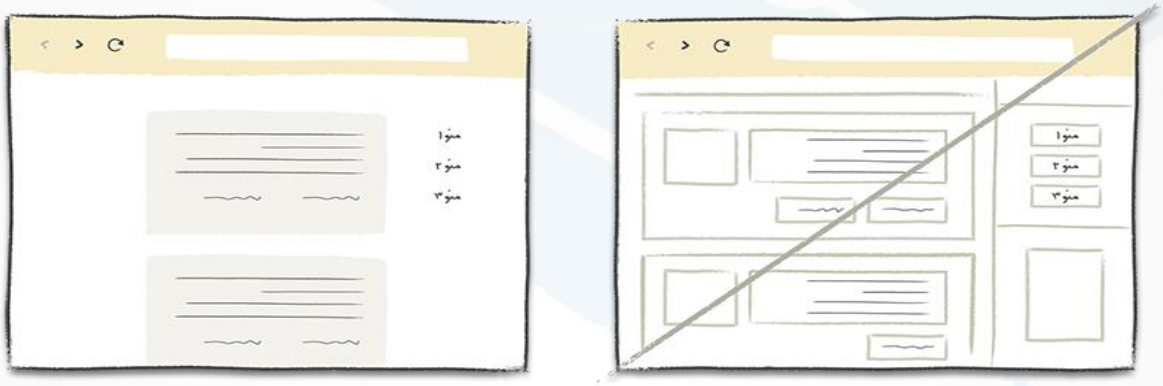
بجای اینکه به سرعت از کاربر بخواهید تا ثبت نام کند بهتر است از اون بخواهید تا عملی را انجام دهد که مقدار مهمی را ثبت کند. تاثیر این عمل میتواند به شخصی سازی محصول برای کاربر کمک کند. و کاربر حس کند که چگونه میتواند این محصول را برای خود ویژه سازی کرده و مالک آن باشد و از طرفی اطلاعات بیشتری را با شما اشتراک گذاری کند، درگیر کردن تدریجی کاربر بهترین روش برای آهسته کردن روند پیشرفت یک پروژه و همچنین ایجاد احساس راحتی کاربر با عمل سفارشی سازی است



www.takbook.com

- **تلاش کنید از Border کمتری استفاده کنید**

Borderها سعی دارند تا Content ها را از یکدیگر جدا کنند، و این موضوع مهم است زیرا ما در هر لحظه فقط یک مطلب را می توانیم بخوانیم و متوجه شویم. پس Border ها می توانند در جدا سازی مطالب و وضوح آن ها بسیار مفید باشند. اما همچنین خطوط این Border ها می توانند خسته کننده باشند؛ به همین منظور بهتر است عناصر صفحه نمایش که از لحاظ مفهوم یکی هستند فقط با استفاده از یک عامل جدا کننده مثل Background ، Alignیا رنگ Font از یکدیگر متمایز شوند. بسیار ساده است که عناصر UI را در همه جای Page رها کنیم. اما Box ها باعث ایجاد یکپارچگی و وحدت در یک Page می شوند، بنابراین Border ها و Box ها ممکن است باعث شلوغی صفحه وب شما شود.
گاهی اوقات Line ها یکپارچگی Page شما را حفظ می کنند اما سعی کنید راه های جایگزین دیگری نیز برای این کار پیدا کنید که شما را به هدف مورد نظرتان برسانند.



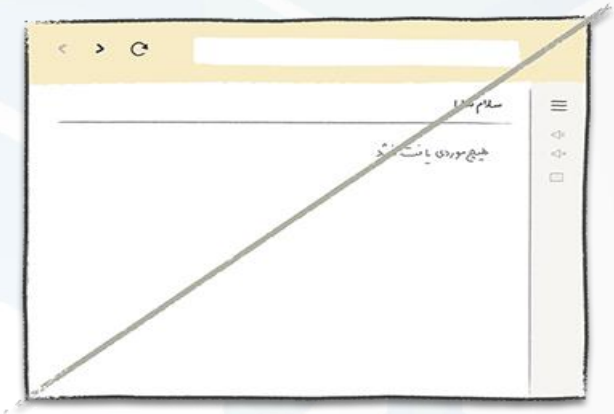
- **بیان منافع یک محصول بهتر از بیان ویژگی های آن است.**

این نکته شاید بیشتر مربوط به حوزه علم بازاریابی باشد، اما بر اساس تجربه، بیان منافع و مزیت هایی که یک محصول برای کاربر/ مشتری می تواند داشته باشد بهتر از بیان ویژگی های آن محصول است. Chris Guillebeau کارآفرین آمریکایی، در کتاب موفق خود "The $100 Startup" بیان کرده است که : افراد همیشه دوست دارند عشق و ثروت و وقت اضافی را بیشتر و بیشتر و یکجا داشته باشند، دقیقا نمایش سودی که محصول مورد نظر به شخص خریدار می رساند همین معنا را برای او دارد، کاربر تمایل بیشتری نسبت به ارزش آن محصول دارد تا ویژگی های آن . بر اساس تصویر پایین ، فرض کنید که یک اپلیکیشن نوشته اید با یک سری ویژگی ها و یک سری منافع ! کاربر باید بداند که این اپلیکیشن قادر به خروجی دادن فرمت PNG است اما بیشتر دوست دارد، زمان و ثروت او بیشتر حفظ می شود!

www.takbook.com

- **تلاش کنید حتی برای صفحات خالی از اطلاعات نیز طراحی داشته باشید.**

زمانهای مختلفی وجود دارد که ممکن است نیاز داشته باشید تا صفحه ای با تعداد نتایج مختلفی را برای کاربر نمایش دهید. بیشترین حالت رخداد این موقعیت مربوط به شرایطی است که نتیجه عملی در حال حاضر 0 است ولی در آینده نزدیک مقدار زیادی داده خواهد داشت. در اکثر موارد ما فراموش میکنیم که برای چنین صفحاتی که داده ای برای نمایش ندارند طراحی در نظر بگیریم، و بی توجهی به این موضوع مارا دچار غفلت کاربران خواهد کرد. صرفاً نوشتن عبارت هیچ موردی یافت نشد بسیار سرد و بی روح است. دیدن یک صفحه خالی که داده ای در آن نمایش داده نشده و همچنین راهنمایی در آن نیست در گام اول برای کاربری که در استارت آپ شما ثبت نام کرده و عضو شده او را نگران خواهد کرد که ممکن است در تنظیمات ابتدایی حساب کاربری خود چیزی را از قلم انداخته باشد. بهتر است از این موقعیت به خوبی استفاده کنیم و صفحه نمایش بدون داده را شرایطی برای آموزش به کاربر در نظر بگیریم تا بداند در موقعیّت بعدی چه کاری باید انجام دهد. رابط های کاربری خوب نیز از این قاعده مستثنی نیستند و این موضوع برای آنها هم مهم است.



- **تلاش کنید در فرم ثبت نام انتخاب کردن را بصورت چند گزینه ای قرار دهید**

در رابطه با یک روند اجرایی اگر فقط یک راه را برای بیننده مشخص کنید معمولا از انتخاب آن سر باز می زنند در حالی که اگر راه های دیگری نیز برای بیننده مشخص کنید بیننده در رابطه با آن ها فکر می کند و تصمیم می گیرد.

دو دلیل برا اینکه چرا انتخاب کردن بهتر از مجبور کردن است:

اول اینکه کاربر مجبور نیست حتما یک راه را برای پیشبرد مراحل سایت انجام دهد بنابراین مقاومت نمی کند، دوم اینکه این روند را بصورت یک توصیه و پیشنهاد در نظر می گیرد یعنی با خود می گوید که اگر دیگران پذیرفته اند پس بهتر است من هم بپذیرم.

البته در این مورد بحث های زیادی وجود دارد و سو استفاده هایی نیز انجام می شود به این شکل که گاهی سازندگان سایت یکی از انتخاب ها را آنقدر نا خوانا و یا نا مفهوم در نظر می گیرند که بیننده مجبور است دیگری را که مورد نظر مدیر سایت است انتخاب کند ، و تمام تلاش سازندگان سایت این است که یوزر ها در هنگام ثبت نام کمترین اطلاعات را راجب به سایت داشته باشند.

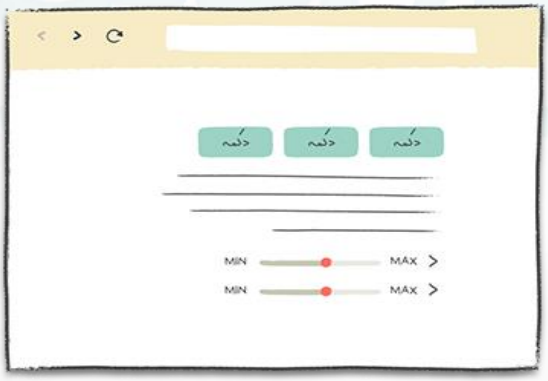
از این رو برای حفظ اخلاق در روند ثبت نام سعی کنید به یوزر حق انتخاب بدهید یا اینکه اگر فقط یک چک باکس برای تایید ثبت نام قرار می دهید باید توضیحات کافی در رابطه با آن را فراموش نکنید.

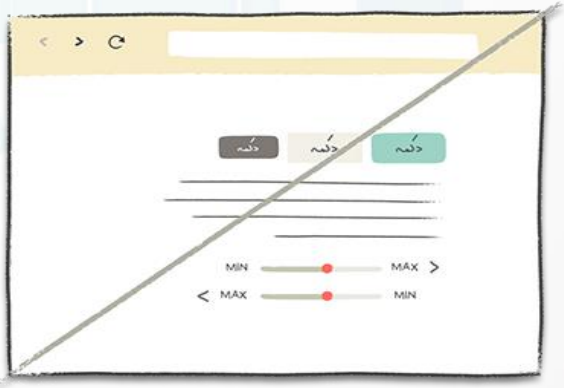
این سبک تجربه کاربری در حال حاضر در سایت های کشور های اروپایی دیده می شود.

www.takbook.com

- **طراحی رابط کاربری با ثبات و یکپارچه**

هماهنگی و یکپارچگی بین تک تک عناصر یک رابط کاربری، یکی از شناخته شده ترین اصول طراحی رابط کاربری است. داشتن یک رابط کاربری استوار و یکپارچه می تواند مسیر یادگیری را برای کاربران باز کند (مسیر یادگیری یعنی اینکه کاربر به تمام وب سایت شما پس اندکی استفاده ، مسلط شود و تک تک اجزای سایت شما را بشناسد!) . بر فرض مثال ، دکمه shift در سیستم عامل ویندوز را در نظر بگیرید، همه میدانند که این دکمه چه کارهایی را میتواند انجام دهد و این یعنی ثبات درپروژه! اما اگر ثباتی در کار نباشد ، کاربران ، دوباره و دوباره باید از اول مسیر راهنمایی را طی کنند ، این مسیر راهنمایی می تواند عناصری از قیبل : رنگ، زبان، موقیت ، اندازه، و ... باشد.یک رابط کاربری با ثبات از طیف گسترده ای از چیزهایی شبیه به مواردی که گفتیم، تشکیل می شود . اما لازم به ذکر است که استفاده از عناصر تناقض دار به صورت ناخودآگاه در انسان ها یک عادت است ، عادت ترک آن کمی سخت است ولی اگر رعایت شود به ثبات قابل قبولی خواهید رسید.

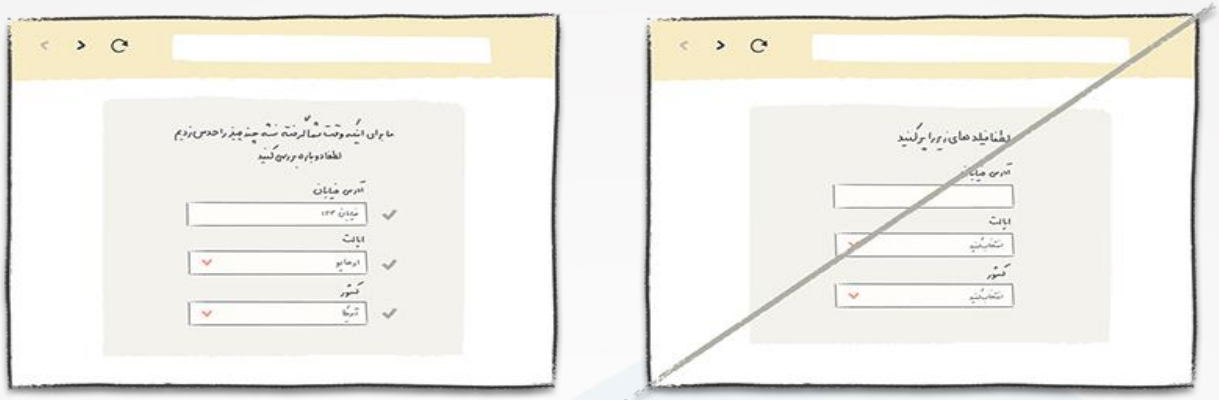




- **از متن های پیش فرض به جای سوالات تکراری و اضافه استفاده کنید**

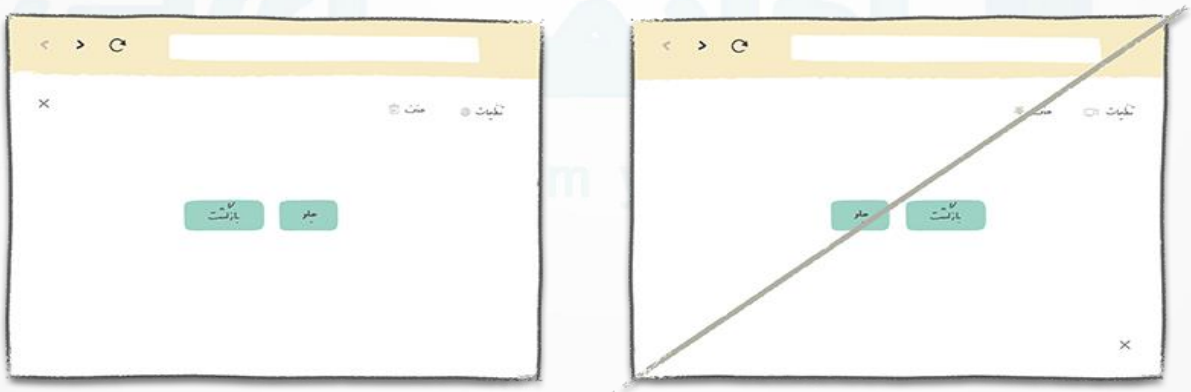
به جای طولانی کردن فرآیند کار از پیش فرض های هوشمند استفاده نمایید . این یک روش رایج برای بهبود بخشیدن سرعت کار کاربران است که در نهایت به منجر به صرفه جویی در وقت آن ها می شود. یکی از بدترین سوالاتی که می توان از کاربران پرسید در مورد اطلاعاتی است که قبلا از آن ها در یافت شده است. همچنین سعی کنید از نوشته پس زمینه برای تکس باکس های خود استفاده کنید تا یوزر ها به سادگی بتوانند متن لازم برای تایپ کردن را تشخیص دهند.

www.takbook.com



- **تلاش کنید از قوانین عمومی درچرخه وب سایت استفاده کنید**

به نوعی می توان قوانین را برادر بزرگتر ثبات معنی کرد، اگر کلیه عواملی که در صفحات باید باشند سرجای خود قرار بگیرند کاربر برای یافتن آنها نیاز به سخت کوشی و تلاش نخواهد داشت. از سوی دیگر در گاهی اوقات جابجایی عناصر در رابط کاربری صفحه خارج از روال یک سایت باعث کاهش سطح یادگیری کاربران خواهد شد. برای مثال با توجه به قوانین و روال عمومی سایت ها و برنامه ها کاربر عادت دارم برای بستن پنجره به سراغ دکمه ای در گوشه سمت راست بالای صفحه برود. البته نباید این موضوع را نادیده گرفت که این توافقات همواره در حال تغییر هستند و ممکن است زمانی دیگر روالی جدید حاکم شود. بنابراین اگر میخواهید شما تغییر دهنده این قوانین باشید بهتر است کاملاً به هدف و نتیجه آن دقت نمایید تا تاثیر خوبی بر کاربر بگذارد

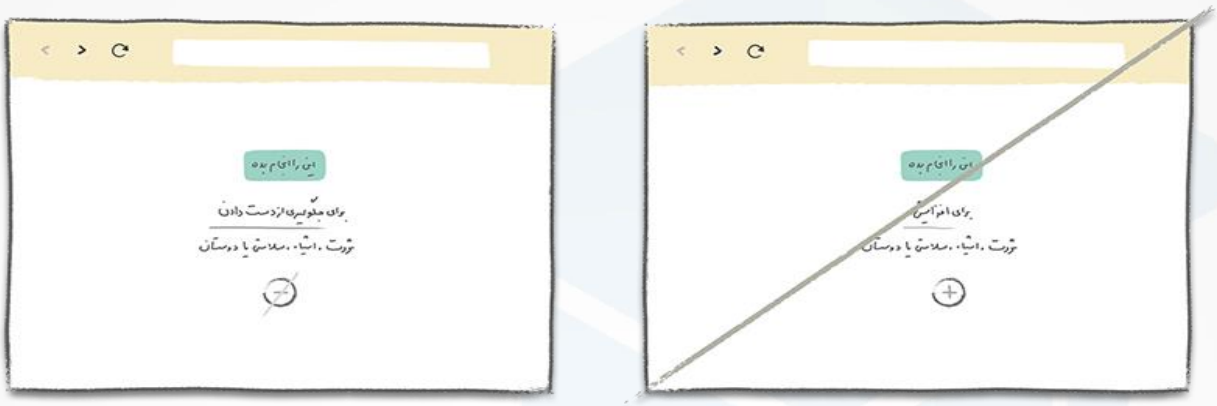


- **بیان جلوگیری از ضررها به جای منافع احتمالی برای کاربران**

همه ما پیروزی را دوست داریم و از به دست اوردن شکست چندان خوشایند نخواهیم شد، اما یک تئوری در اقتصاد و برنامه ریزی وجود دارد به نام زیان گریزی یا همان loss aversion ، نظریه ای است که بیان میکند افراد به شدت از ضرر و زیان در کسب و کار خود اجتناب میکنند. برخی مطالعات نشان داده است ضرر دادن خیلی سخت تر از به دست آوردن سود است . بنابراین افراد ترجیح میدهند که احتمال پیشگیری از ضرر بسیار بیشتر باشد . شرکت های بیمه را در نظر بگیرید ، شما به صورت ماهانه باید مبلغی را پرداخت کنید بابت خدمات بیمه ای که ممکن است تا سال ها به آن احتیاج

www.takbook.com

نداشته باشید اما اگر روزی اتفاقی رخ دهد بیمه میتواند شما را از ضرر دور کند. یعنی افراد ضرر غیرقطعی را هر چقدر که بزرگتر باشد به ضرر حتمی ترجیح می‌دهند. این پدیده در رفتارشناسی مالی به "زیان گریزی" شهرت دارد و یکی از الگوهای رفتاری رایج در بین سرمایه‌گذاران است. این قانون روانشناسی ثابت کرده است که عدم مطلوبیت یا احساس ناخرسندی که از یک میزان ضرر مالی مشخص به انسان دست می‌دهد حدوداً 2/5 برابر میزان لذت یا خرسندی ناشی از سود به همان میزان است. بیان این موارد در طراحی رابط کاربری می تواند کاربران شما را بیشتر مجذوب کند.خدماتی که شما برای کاربران وبسایت خود ارائه می دهید چگونه میتواند آنها را از ضرر و زیان دور نگه دارد؟



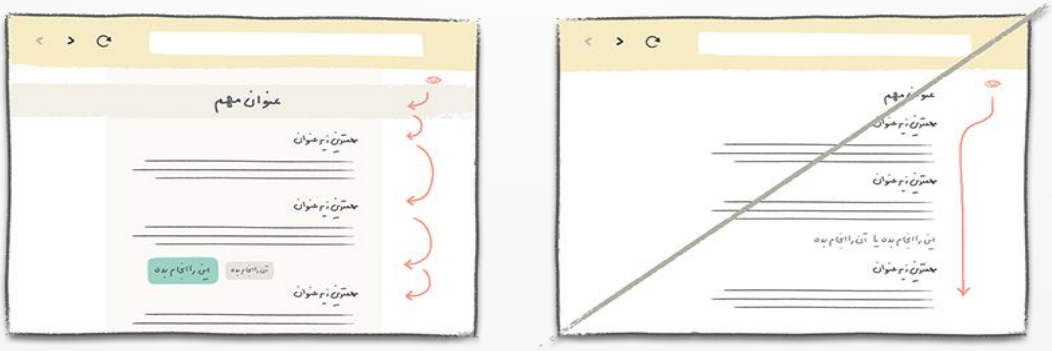
- **عناصر صفحه را به صورت فازبندی شده و سلسله مراتبی در صفحه قرار دهید**

فاز بندی مناسب و جداسازی عناصر یک پیج به صورت سلسله مراتبی بسیار تاثیر گذار تر از یکی کردن آن هااست. از جمله موارد بصری که در یک طرح گرافیکی موثر است ، تراز بودن، نزدیک بودن، رنگ، موسیقی، تورفتگی ، اندازه فونت، اندازه عنصر، پدینگ، فاصله ها و غیره...

باید بدانید که این تقسیم بندی و استفاده از فاز بندی مناسب باعث می شود تا بیننده یک پیج کم کم صفحه را به سمت پایین اسکرول کند ، بنابراین مطالب مورد نظر شما بیشتر به چشم خواهد آمد.

ممکن است پرداختن به این ویژگی ها و به ترتیب کردن عناصر برای یک طراح وقت گیر باشد ولی همین نکات ساده می تواند او را به نتیجه دلخواهش برساند.

این موضوع را می توان با یک مثال روشن کرد که اگر شما در یک جاده زیبا رانندگی کنید معمولا با علاقه تمام مسیر را طی می کنید ولی اگر این مسیر جذابیت خاصی نداشته باشد شما اسکرول می کنید تاسریعتر به پایان صفحه برسید.



www.takbook.com

- **سعی کنید موارد مرتبط را در یک گروه قرار دهید بجای پراکندگی**

دسته بندی عناصر مرتبط را میتوان به عنوان یکی از پایه های ایجاد کاربردپذیری برای یک وب سایت دانست. تقریباً همه ما میدانیم که برای مثال قاشق و چنگال یا باز کردن و ذخیره کردن از لحاظ موضوعی به هم مرتبط هستن و باید کنار هم آنها را پیدا کرد. آیتم های مرتبط به این منظور کنار هم قرار میگیرند که منطق یک رابط کاربری خوب را مورد اصطکاک و سایش قرار ندهند. برای پی بردن به این موضوع لازم است کمی وقت گذاشته و مواردی که برای کاربران عمومی خوشایند نیست را بدانید.

- **سعی کنید فرم هایی با اعتبار سنجی لحظه ای داشته باشید.**

زمانی که خطایی در وارد کردن اطلاعات در فرم ها رخ میدهد، بهتر است خطای مورد نظر برای هر فیلد به صورت آنی و لحظه ای برای کاربر نمایان گردد، به عبارتی دیگر، زمانی که یک فیلد با خطای اطلاعات مواجه گردید ، فیلد مورد نظر هایلات شود و کاربر دقیقا فیلد و نحوه درست وارد کردن فیلد ر مشاهده نماید که اصطلاحا به این عمل ، اعتبار سنجی درون خطی یا لحظه ای میگویند.اما اگر اعتبار سنجی فیلد فرم ها پس از کلیک بر روی دکمه ارسال انجام گردد ممکن است باعث شود کاربر برایش قابل فهم نباشد و حتی دیده شده است که کاربر مجبور به اجرای روند تکرار گردد.اعتبار سنجی لحظه ای، اطمینان ویژه ای به کاربر برای درست وارد کردن و روند پر کردن فیلد ها می دهد

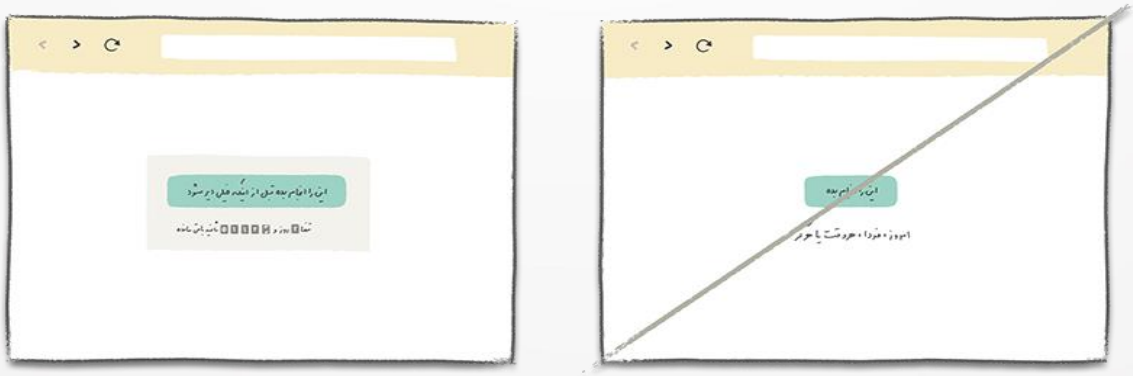
www.takbook.com

- **در دریافت اطلاعات کاربر از طریق فرم کمی بخشنده باشید**

بخشنده بودن در زمان دریافت اطلاعات از کاربر باعث میشود تا کاربر در زمان تکمیل فرم احساس کند سایت/نرم افزار شما باعث میشود کامپیوترش کمی به حالت انسانی نزدیکتر شود. پیش بینی و درنظر گرفتن شرایط مختلف ورود اطلاعات در فیلدهای فرم شما باعث میشود که نتیجه کار حالتی دوستانه تر به خود بگیرد. بهترین نمونه در مورد این موضوع می تواند مانی باشد که شما از کاربرخود شماره تلفن او را درخواست میکنید؛ در این حالت بهتر است روشهای مختلف ورود داده در مورد کد استان مثلا استفاده از پرانتز، براکت، خط تیره را در نظر بگیرید. تلاش کنید کدهای خود را کمی سخت تر بنویسید ولی کاربر خود را به کاری مجبور نکنید.

- **استفاده از تعیین محدودیت زمانی برای یک رویداد**

تعیین محدودیت زمانی یک تاکتیک بسیار خوب برای ترغیب کاربران به سمت هدفی است که شما در نظر دارید، این عمل میتواند عضویت، خرید، پرداخت و ... باشد،حتی برای افرادی که ممکن است اصلا قصد خرید و یا هرچیزی دیگری را نداشته باشند،به عنوان مثال ممکن است یک محصول امروز یک قیمت ویژه را داشته باشد و فردا با این قیمت فروخته نشود.افراد بسیار زیادی هستند که دوست ندارند که از کنار فرصت های بدست امده آسوده بگذرند، بنابراین تعیین محدودیت زمانی میتواند یک راهکاربسیار مناسب برای جذب کردن کاربران یا مشتریانی باشد که حتی قصد ثبت نام یا خرید را هم ندارند، پس در خیلی از موارد تعیین محدویت زمانی برای یک رویداد خاص می تواند یک راهکار مناسب برای جذب افراد باشد، اما باید توجه داشت که اگر محدودیت زمانی اعلام گردد و شما بر سر قولتان در تاریخ تعیین شده، رویداد مورد نظر فعال نشود، همان کاربرانی که منتظر رویداد شما بودند، به شما بی اعتماد خواهند شد.



www.takbook.com

- **گزیده نویسی به جای شلوغ کاری**

زمانی که از آیتم های صفحه اصلی خود ساده و به اندازه استفاده می کنید این ذهنیت برای بیننده بوجود می آید که در مراحل بعدی نیزهمین روند تکرار شده است و یا حتی ساده تر ، بنابراین بیننده اشتیاق بیشتری برای بازدید از دیگر صفحه های سایت شما نشان خواهد داد.

می توانید یک فروشگاه را تصور کنید که اجناس زیادی برای فروش دارد ولی وسیله مهم برای جذب مشتری آن ویترینی است که باید جنس های تاپ و چشم نواز در آن قرار گیرد، این موضوع می تواند باعث شود که مشتری ها به داخل فروشگاه کشیده شوند و آن جا تمامی اجناس را ببینند. شک نکنید که قیمت اجناس در سود آوری در اولویت دوم اهمیت قرار خواهد داشت. بنابراین شما باید به بیننده امید دسترسی آسان با فراوانی محصول بدهید اما زیاد کردن آیتم ها در صفحه اول نباید حوصله سر بر باشد

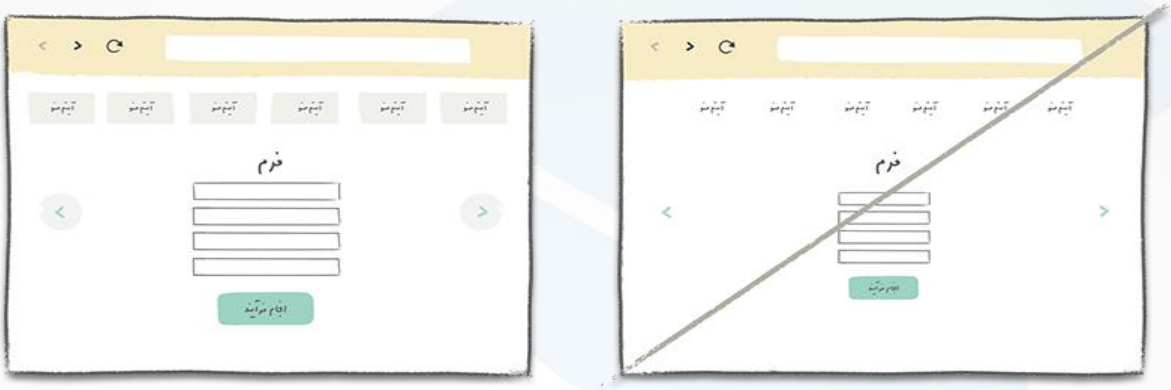
- **شناسایی نشانه ها بهتر از بیادآوری آنهاست**

این یک اصل کلاسیک از طراحی به شدت به روانشناسی گره خورده است که نشان می دهد انتخاب مسائل موجود و قابل مشاهده از به یاد آوردن آنها آسان تر است. شناسایی برخی از نشانه ها یا نکات به ما کمک می کنند تجارب گذشته را لمس کنیم اما پروسه بیادآوری به تنهایی مارا ملزم میکند که در اعماق حافظه خود سفر کنیم و آنها را بیاد آوریم و این دقیقاً همان دلیلی است که آزمونهایی که بصورت تستی و با جوابهای چندگزینه ای گرفته میشوند زودتر از آزمونهای تشریحی به جواب رسیده و تمام میشوند. بنابراین درنظر داشته باشید در پاسخگویی به سؤالات بهتر است به کاربران این امکان را بدهید تا جواب را از میان پاسخهای از پیش مشخص شده انتخاب کنند تا همه خاطرات خود را به یاد آورند

www.takbook.com

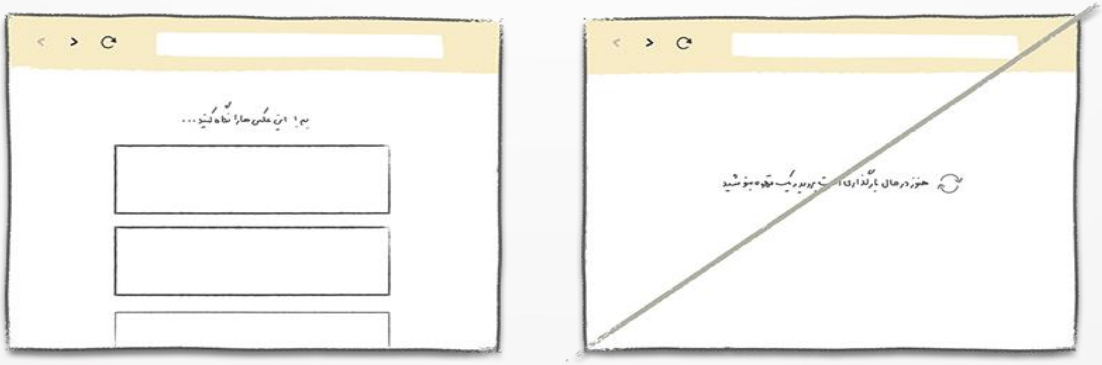
- **بزرگتر کردن فضای کلیک شدنی در طراحی رابط کاربری**

اگر فضای بزرگتری برای لینک ها ، فرم ها ، دکمه ها و دیگر اجزای کلیک شدنی، در نظر گرفته شود، کاربران خیلی ساده تر میتوانند آن ها را ببینند و کلیک کنند. قانون Fitt's که ۶۰ سال پیش توسط روانشناسی به نام Paul Fitts ارائه شد، شامل یک تابع ریاضی است که زمان رسیدن به مقصدی را تابعی از ابعاد مقصد و مصافت مبدا تا مقصد تعریف می‌کند به عبارت ساده تر هدف‌هایی که دارای اندازه‌های بزرگتر و یا فاصله کمتری از ما هستند حرکت به سمت آنها راحت تر انجام می‌شود. بنابراین کاربران زمان بیشتری را باید صرف کلیک کردن بر روی دکمه ها، منو ها و دیگر اجزای صفحه که از آنها دورتر و یا کوچکتر هستند هزینه کنند. بر فرض مثال فاصله بین اجزای منوها که با PADDING داده می شود ، می تواند باعث ایجاد فضای کلیک شدنی مناسبی برای آنها شود که همان بیان کننده ،بزرگتر کردن اهداف مهم در صفحه است.



- **نمایش سریع صفحه بجای به جای خسته کردن کاربر از کندی!**

سعی داشته باشید که بارگذاری صفحه اولیه را برای کاربران سریعتر کنید و صفحه را به گونه ای طراحی کنید که کاربر احساس کند عملیات او به سرعت در حال انجام است، در نظر داشته باشید که هر ثانیه، کاربر بیشتر منتظر بماند، امکان از دست دادن او بیشتر خواهد شد(البته نه در همه موارد همانند عابر بانک ها با چرخنده بارگذاری کند!). یکی از روش هایی که زمان بارگذاری صفحه ی ما را کاهش می دهد بهینه سازی کدها و تصاویر است. روش دیگر برای اینکه کاربران احساس کندی نکنند و منتظر بمانند، استفاده از روش های روانشناسی است، که برای این کار دو روش می تواند استفاده شود: ۱– نشان دادن نوار پیشروی ۲– مشغول نگه داشتن کاربر با یک چیز دیگر در زمان بارگذاری (مثلا چرخنده بارگذاری سریع نه کند! یا استفاده از تصاویر از پیش بارگذاری شده تا صفحه اصلی بارگذاری شود(



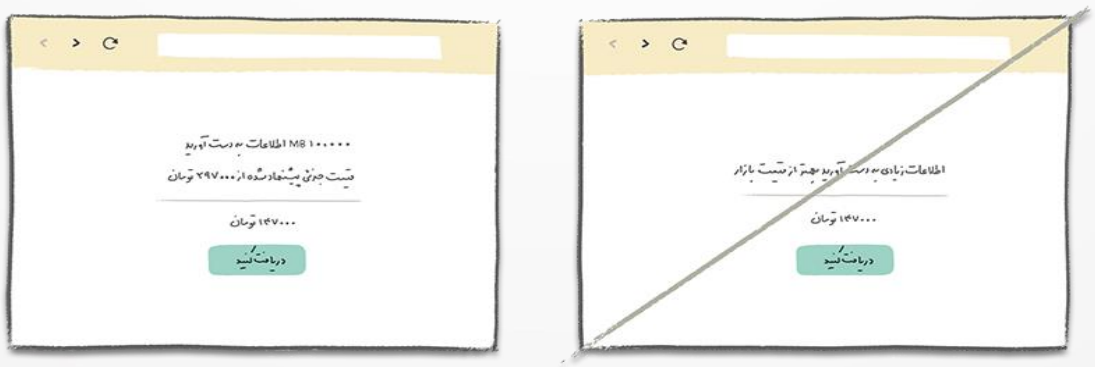
www.takbook.com

- **بهتر است که امکان استفاده از کلیدهای کیبرد را هم برای کاربر فراهم کنید**

هنگامی که محصولی پرکاربرد دارید، بهترین کار این است که کاربران دائمی محصولتان که همه روزه از آن استفاده کرده و در آن وقت صرف میکنند را در نظر بگیرید. از دید روانشناسی کاربر بیشتر به دنبال این است که از طریق کیبرد یک مسیر را در کمترین زمان ممکن طی کند و به نتیجه برسد. کلیدهای میانبر یکبار برای همیشه به خاطر کاربر میمانند و از آن پس میتوانند بیشتر از کلیدهای گرافیکی سرعت عملکردی را بالا ببرند. برای مثال میتوان کاربرد دکمه های نشانگر کیبرد را در همین وب سایت مثال زد که از طریق آن میتوانید نکته های قبل یا بعد را مطالعه کنید.

- **کاربران را از سود و هزینه ای که بابت خرید میکنند، آگاه سازید**

برای فروش محصولات ویژه خود، حتما این نکته را در نظر داشته باشید که کاربران همیشه برای حفظ و کاهش مخارج خود مقاوت میکنند و تعصب خاصی نسبت به آن دارند، به عنوان مثال اگر میخواهید محصولی را بفروشید که دارای تخفیف ویژه ای است، حتما قیمت اصلی آن محصول را ذکر کنید و همچنین ویژگی اصلی محصول را نیز اعلام کنید، در این صورت کاربران یا به عبارتی بهتر مشتریان، مقاومت کمتری نسبت به خرید محصول انجام خواهند داد. اگر محصول ویژه ای دارید و بر روی آن تخفیف ویژه ای گذاشته اید، مشتری را قانع به خرید کنید، هر تولید کننده ای یک قیمت خرده فروشی برای محصول خود در نظر میگیرد برای حفظ تعادل در قیمت محصولات، شما میتوانید اگر تخفیفی ارائه کرده اید، با نوشتن دقیق قیمت خرده فروشی این محصول و میزان تخفیف خود، مشتری را تا حدودی زیادی برای خرید قانع کنید.



www.takbook.com

- **برای شروع کار از پروگرس بار خالی شروع نکنید**

عموماً انگیره بیشتری برای انجام امور نیمه تمام و رو به اتمام وجود دارد. همچنین برای کامل کردن و به نتیجه رساندن امور، پروگرس بار، کارایی بالاتری دارد. برخی کمپانی ها برای کامل کردن جزییات ثبت نام جایزه در نظر می گیرند. شرکت های بزرگی که در کشور های توسعه یافته هستند از این روش برای سرعت بخشیدن به روند مذکوراستفاده می کنند و این موضوع با استقبال بسیاری روبرو شده است. بنابراین تلاش کنید تا به کاربران این حس را منتقل کنید که اتفاق افتادن موضوعی بسیار نزدیک است

- **تلاش کنید کاربر را از پیشرفتش در هر مرحله آگاه سازید**

اعلام پیشرفت کاربر در هر مرحله باعث میشود بتوان به مرور مجموعه اطلاعات زیادی را از او دریافت کرد. این یک روش برای تکمیل فرمهای سخت و طاقت فرساست تا برای کاربر احساس خستگی ایجاد نکند. بطور معمول این روش با ایجاد انیمیشن هایی نظیر اسلاید همراه است. همچنین در مواقعی که در یک فرم تعداد زیاد فیلدها کاربر را میترساند این روش به حذف فیلدهای اضافی و بازگردانی یک حس خوبه به کاربر کمک خواهد کرد.

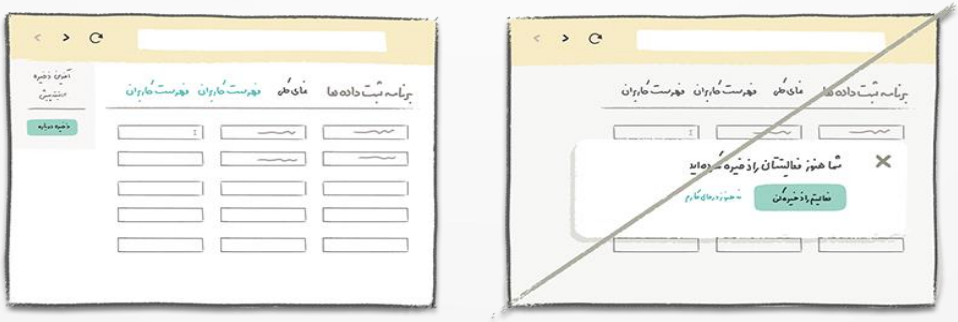
www.takbook.com

- **تعهدهای کوچکتر به جای تعهدات بزرگ**

معمولا افراد، کارهای جزئی را بیشتر دوست دارند و علاقه بیشتری نسبت به کارهای کوچکتر و کاربردی تر دارند به عنوان مثال خرید اشتراک ماهیانه و سالیانه یک سایت را در نظر بگیرید، اکثر کاربران، اشتراک ماهیانه را خریداری میکنند! چرا ؟ بزرگترین دلیل این است که شما چطور تعهد میدهید که به مدت یکسال حضور فعال داشته باشید که بتوانید به او خدمات بدهید و البته کلی دلایل مادی و غیر مادی دیگر! بنابراین تعهد های کوچکتر باعث جذب افراد بیشتری خواهد شد . در کل روند پیشرفت کارهای کوچک و متصل به هم میتواند موفقیت آمیز تر باشد. اگر بخواهیم مثالی دیگر بزنیم، یک پکیج لوازم التحریر را برای فروش در نظر بگیرید، ممکن است افرادی باشند که فقط بخشی از این پکیج را بخواهند خریداری کنند، اگر شما برای این مورد، شرایطی را محیا نکرده باشید ضرر زیادی خواهید کرد، با تقسیم کردن فروش این پکیج می توانید وسعت افراد خریدار را بیشتر و بیشتر کنید!

- **همیشه نمی توان جایگزینی برای modal ها در نظر گرفت!**

ویندوز مودال یا دیالوگ باکس خواه ناخواه باعث ایجاد جلب توجه می می شوند و جلب توجه اشخاص می تواند مورد خوشحال کننده ای باشد اما مشکل اینجاست که Modal ها، معمولاً با مشکلات ناخوشایندی همراه هستند. اول ازهمه Modal ها می توانند کاربران را از اجرای عملیات های مختلف در وب سایت شما منع کنند، همچنین برای بعضی از کاربران خارج شدن از صفحه را سخت می کند. دیالوگ باکس هم در اغلب مواردی که کار داده شده به کامپیوتر متوقف می شود خطا ایجاد می کند که این مسئله برای کاربر آزار دهنده است. در نهایت اینکه اگر یک نفر تسک های زیادی داشته باشد و برای عملیات های دیگر آماده نباشد Modal ها می توانند با ایجاد وقفه خنثی شوند. حال چرا ما متدهای اسلایدی و اینلاین دیگری را درنظر نگیریم تا مزاحمت ها را کمتر کنیم و به همان اندازه نظر مردم را جلب کنیم، راه های زیادی است که میتوان پیغامی را به کاربران نشان داد بدون اینکه باعث ایجاد اذیت برای کاربران باشد.



www.takbook.com

- **استفاده از کنترلر های چندکاره به جای تعدد در کنترلر**

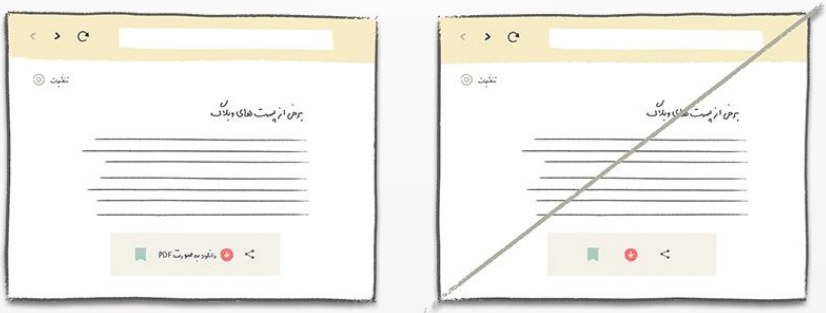
سادگی در طراحی از ارزش بالایی برخوردار است زیرا برقراری ارتباط راساده می کند. در هم و بر همی زیاد و همچنین بخش های زیاد می تواند حوصله سر بر باشد و این موضوع حجم مشکلات را بالا می برد.یکی از راه های بالا بردن کارایی با توجه به موضوع رابط کاربری استفاده از کنترلر های چند منظوره است.به این معنا که شما از یک کنترلر استفاده می کنید اما چندین عملیات انجام می شود.

برای مثال ما می توانیم یک تکست باکس برای جستجو ایجاد کنیم و تمامی موارد را در پشت پرده فیلتر کنیم بنابراین دیگر به دگمه هایی برای فیلتر های اضافی در رابط کاربری نیست. ما حتی می توانیم یک بخش رتبه بندی برای عملیات جستجو در نظر بگیریم. استفاده از یک کنترلر چند منظوره هر چند بهترین راه نیست اما ساده است و کارایی بالایی دارد، البته برای مواردی که جستجو در آن ها از ارزش بالایی برخوردار است کارایی ندارند.

این مورد برای بینندها که حوصله بالایی ندارند کاربرد بالایی دارد تا در کوتاهترین زمان به نتیجه دلخواه خود برسند. و بالاخره سعی کنید با دقت ازین کنترلر ها استفاده کنید و در اجرای آن زیاده روی نکنید.

- **در کنار آیکون شرح آنها را نیز قراردهید**

استفاده از آیکونها و متون در کنار هم برای توضیح نوع کارکرد هر دکمه قادر خواهد بود تا مقداری از ابهامات را ازبین ببرد. برای مثال یک آیکون فلش رو به پایین را در نظر بگیرید، از دید شما این آیکون نشان دهنده حرکت چیزی رو به پایین است یا دانلود؟! یا مثلاً آیکون X نشان دهده کدام است خروج، حذف و یا غیرفعّال کردن؟! مشکلات بیشتر خواهند شد وقتی برای وب سایت از یک طراحی ساده استفاده شده باشد و زمان کافی نداشته باشیم تا کارکرد هر آیکون را به کاربر توضیح دهیم. راه حل این مشکل قابل فهم کردن آیکونهاست که این راه با استفاده از لیبل های متنی بهتر رخ خواهد داد. درصورتی که مشکل کمبود جا در طرح خود دارید میتوانید از حالتی استفاده کنید که توضیحات در زمان حرکت موس روی هر آیکون نشان داده شود(تولتیپ(



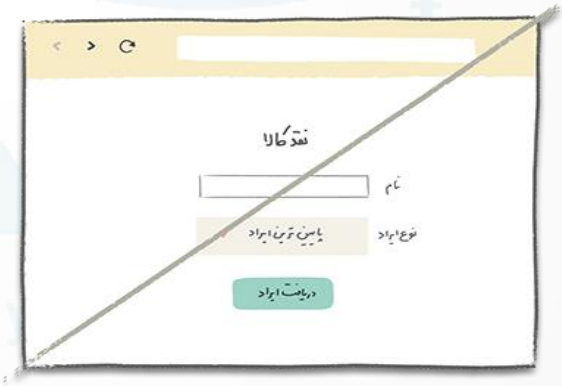
www.takbook.com

- **زبان طبیعی را جایگزین زبان ساده و خشک در طراحی رابط کاربری خود کنید**

زبان طبیعی نوعی از رابط کاربری است که کاربران میتوانند به صورت روزمره که با دیگران ارتباط برقرار میکنند با سیستم شما نیز همانگونه ارتباط برقرار کنند، با استفاده از این زبان کاربران میتوانند با هر ویجت و دستگاه هوشمندی، ساده تر ارتباط برقرار کنند برای همین اطلاحا به آن یک رابط کاربری می گویند، یک خواهیم زد که مفهوم آنرا بهتر درک کنید تا بتوانید در وب سایت خود به صورت عملی از آن استفاده کنید.

فرض کنید شما میخواهید در یک تور مسافرتی ثبت نام کنید، پس از این که اطلاعات خود را به صورت گزینه ای و فیلد به فیلد وارد کردید، سیستم یک توضیح کامل با اطلاعاتی که شما وارد کردید به شما میدهد، مثلا جناب آقای حسینی شما در تاریخ **اطلاعات شما** نسبت به ثبت تور شهر **اطلاعات شما** اقدام نموده اید و نوع حرکت سفر به صورت **اطلاعات شما** می باشد و ...

مثال بالا یک نمونه بارز از زبان طبیعی بود که در یک وبسایت آژانس مسافرتی استفاده شد شما هم میتوانید از این نوع زبان در وب سایت خود بهره مند شوید، کاربران خیلی راحت تر و البته مجذوب کننده تر میتوانند با سیستم شما کار کنند، همانطور که در تصویر زیر مشاهده می کنید یک فرم وجود دارد که اطلاعات کاربر را در یک جمله نگارشی دریافت می کند که برای کاربر بسیار دلچسب است اما در مقابل یک فرم دیگر وجود دارد که کاملا خشک و بی روح است و تفاوت های بسیار زیادی در این دو وجود خواهد داشت. البه باید گفت که دستیاران صوتی گوشی های هوشمند همانند Siri و Cortana نیز جزو زبان طبیعی محسوب میشوند چون پاسخ شما را به صورت یک جمله نگارشی جواب میدهند و همچنین جستجوگر های اینترنتی را هم می توان جز این دسته قرار داد و مثال های بسیار زیادی میشود زد که حتما خودتان به آنها رسیده اید و بارها و بارها آنها را دیده اید، این زبان طبیعی است! زبانی که شما و دیگر افراد با استفاده از آن ساده تر با کامپیوتر ارتباط برقرار می کنید.



- **سعی کنید به جای محافظه کار بودن، کنجکاوی بازدید کننده را برانگیزید**

تحریک کردن کنجکاوی یوزر تاکتیکی است که از طریق ارایه دادن اطلاعاتی مختصر راجب به موضوع ، شخص را به سمت هدف خاصی سوق می دهد. مثال هایی از این تکنیک می تواند یک فصل نمونه، نسخه آزمایشی راجب به موضوع، یک بخش آموزشی یا برخی از مطالب باشد که شما را به عنوان یک یوزر وادار به انجام بعضی از اعمال می کنند.فشار آوردن به شما، مشتری ها / یا نمونه اعمالی که شما را در مسیر خاصی هدایت می کنند همگی راه های مناسبی برای انجام این تکنیک هستند. همان طور که مشهود است یکی دیگر از راه های رسیدن به تکنیک بر انگیختن کنجکاوی ، این است که مسیر های به نتیجه نرسیدن در یک پروسه را نیز در پیش روی یوزر قرار دهید. و البته همیشه بهترین راه برای هدایت یوزر دادن انگیزه خاصی به وی نیست بلکه گاهی باید یوزر را گرسنه و منتظر نگاه داشت.

www.takbook.com

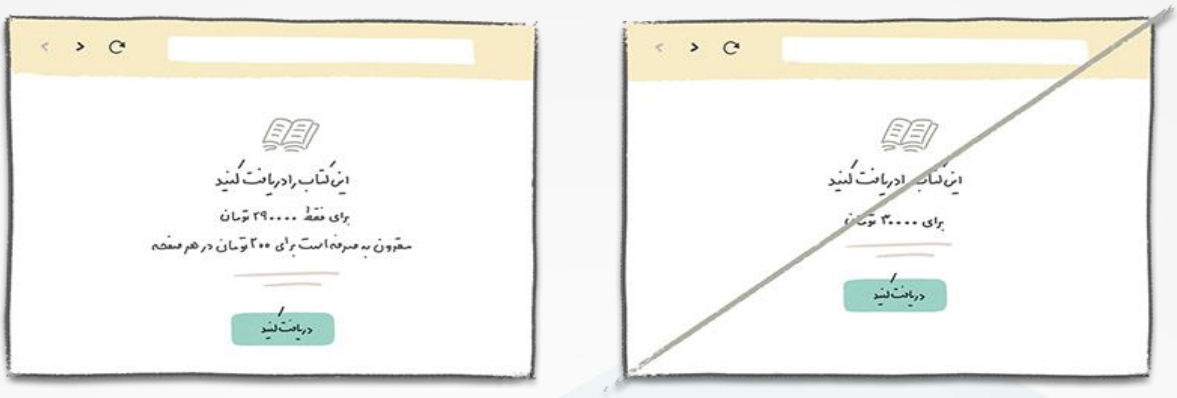
- **به کاربران اطمینان خاطر دهید**

وقتی که یک عملیات فروش را درحالتی بسته نگه دارید، اعتماد کاربر را از دست می دهید. به جای اینکار به کاربر تضمین و اطمینان خاطر بدهید. مثلاً جملاتی مانند: "از خریدتان راضی خواهید بود" یا "پرداخت شما امن است" یا "هزینه ارسال رایگان است" یا "هرموقع بخواهید می توانید عملیات خرید را کنسل کنید" و غیره. با اینکار به مشتری می گویید همه چیز خوب است و همه چیز به خوبی پیش خواهد رفت. نگران نباشید، شاد باشید. قراردادن یک چرخه مثبت از خرید در دید کاربر مسلماً ارزش امتحان کردن به عنوان یک تاکتیک جایگزین را دارد.

- **به جای استفاده از قیمت های ساده از فریبندگی قیمت استفاده کنید**

شما می توانید به مردم اجازه دهید که در مورد قیمت اجناس یا محصولاتتان بصورت کاملاً خودرأی قضاوت کنند، همچنین می توانید در تصمیم گیری به آنها کمک کنید. اگر تصمیم دارید از سادگی انسان ها استفاده کنید، می توانید قیمت ها را به صورتی نشان دهید که پیشنهادتان ارزشمندتر بنظر برسد. به زبان ساده تر شما می توانید برای شروع از کلمات کلیشه ای مانند "فقط"، "به صرفه"، یا "قیمت ناچیز"، در کنار قیمت استفاده کنید. سپس قیمت می تواند به یک واحد قیمتی شکسته شود (مثلاً : برای یک کتاب می توان گفت برای هر برگ این کتاب فقط 30 ریال می پردازید، تا اینکه بگوییم قیمت این کتاب فقط 3000 تومان است، یا مثال دیگر می تواند به این صورت باشد که عضویت درسایت ما روزی 166تومان برای شما هزینه دارد، تا بگوییم عضویت ماهانه 5000تومان است). بعلاوه قیمت های زیاد و وحشت آور را به جای اینکه با یک عدد تمام نشان دهیم می توان با یک عدد 9 در پایان نشان داد(مثلاً به جای 3000 بگویید 2999). و در نهایت، سعی کنید قیمت ها را با رقم های کمتری نشان دهید. (مثلاً به جای اینکه قیمت را 3000.00 تومان بزنید کافی است فقط 3000 تومان را تایپ کنید) تا یکی دیگر از اثرات فریبندگی قیمت را نیز بکار برده باشید .

www.takbook.com



- **به جای یک پیام ساده برای تأیید یک فرایند از کاربران تشکر کنید**

تشکر کردن از مردم می تواند شما، تجارت شما، محصول یا UI شما را انسان دوستانه تر نشان دهد به این صورت که قدردانی کردن و اهمیت دادنتان به دیگران را انتقال میدهد. البته تشکر کردن بعد از تکمیل شدن یک سری اعمال توسط دیگری صورت می گیرد و از یک بازخورد ساده خیلی بیشتر است. علاوه بر این سپاسگذاری در UI می تواند به عنوان راهی برای استنتاج صبحت ها یا اعمال بعدی استفاده شود. بنابراین طبیعتاً، صفحه تشکر یک محل عالی برای پیشنهاد دادن عمل انتخابی بعدی به مشتری یا کاربر است. متشکرم که این مطلب را تا انتها دنبال کردید.

اگر این موارد و سایر موارد آموزشی آکادمی آی تی برای شما دوست عزیز سودمند بوده لطفا وب سایت ما رو به سایر دوستانتون هم معرفی کنید academy-it.ir .

با تشکر . عارفی نیا