

MKT324

التسويق عبر الهاتف المحمول

إعداد
د. كريم أحمد

التسويق عبر الهاتف المحمول

المحاضرة الثامنة

MKT324

التسويق عبر الهاتف المحمول

إعداد
د. كريم أحمد

عنوان المحاضرة
ابتكار التجارب الرقمية:
كيف توظف الشركات التصميم للهاتف
المحمول؟

أهداف المحاضرة

تهدف هذه المحاضرة إلى تحقيق ما يلي:

١. توضيح مفهوم التصميم الموجه للهاتف المحمول وأهميته في تحسين تجربة المستخدم.
٢. شرح العلاقة بين واجهة المستخدم وتجربة المستخدم وكيفية تكاملهما لتحقيق تجربة سلسة وجذابة.
٣. تحليل عناصر أساسية في تصميم التطبيقات مثل سهولة الاستخدام، الكفاءة، والفائدة .
٤. استعراض استراتيجيات التلعيب ودورها في تعزيز التفاعل والولاء، باستخدام أمثلة.
٥. توضيح كيفية استغلال البيانات في تخصيص التجارب الرقمية من خلال حملات مثل Spotify Wrapped وربطها بالتسويق عبر الهاتف المحمول.

موضوعات المحاضرة

تتناول المحاضرة الموضوعات التالية:

١. مقدمة
٢. مبادئ التصميم الموجه للهاتف المحمول
٣. التصميم المتمحور حول الإنسان
٤. عملية التفكير التصميمي
٥. تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI
٦. دراسة حالة: Spotify Wrapped

يُنظر إلى التسويق غالبًا باعتباره مرادفًا للإعلان والترويج، وهما عنصران مهمان بالفعل، إلا أن الوظيفة الأساسية للتسويق تتجاوز ذلك لتشمل مساعدة المؤسسات في تطوير منتجات وخدمات تحقق قيمة حقيقية للعملاء. في ظل الانتشار الواسع للأجهزة المحمولة، أصبح من الضروري أن يدرك المسوقون كيفية تقديم هذه القيمة عبر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وغيرها من التقنيات المحمولة. ولتحقيق هذا الهدف، ينبغي تبني نهج التصميم الموجه للهاتف المحمول منذ المراحل الأولى للتطوير.

الفرق بين التسويق والترويج والاعلان

التسويق	الترويج	الاعلان
عملية شاملة	الأنشطة التي تهدف إلى زيادة الوعي	شكل من أشكال الترويج
تستهدف الجمهور المستهدف	تستهدف الجمهور المستهدف	تستهدف الجمهور المستهدف
تخلق الطلب	تزيد الوعي	تحفيز الجمهور على اتخاذ إجراء
طويلة المدى	قصيرة المدى	فورية

مقدمة

يعني التصميم الموجه للهاتف المحمول أن تُبنى جميع مراحل تطوير المنتجات والخدمات مع مراعاة تجربة المستخدم عبر الأجهزة المحمولة. فمعظم عمليات الشراء والخدمات، إضافة إلى الحملات التسويقية، تتأثر في مرحلة ما باستخدام الهاتف المحمول، نظرًا لأن هذه الأجهزة أصبحت جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية. يستخدم الأفراد الهواتف والأجهزة المحمولة في أنشطة متعددة تشمل العمل، الترفيه، التسوق، الرعاية الصحية، واللياقة البدنية، مما يجعل تصميم تجربة الهاتف المحمول أمرًا حيويًا لنجاح أي استراتيجية تسويقية.

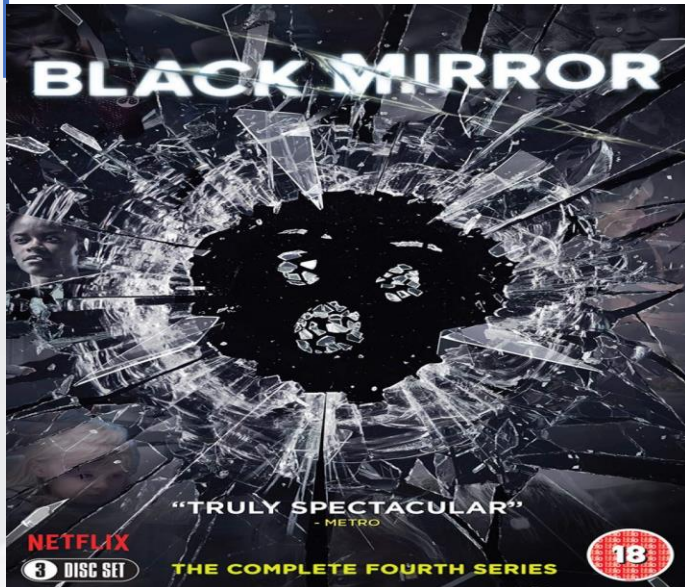


مبادئ التصميم الموجه للهاتف المحمول

يُقصد بمفهوم التصميم للهاتف المحمول التركيز على ابتكار تجربة استخدام مميزة تستفيد من السياق الذي يتم فيه استخدام الجهاز، ومن إمكاناته التقنية مثل حجم الشاشة، خاصية اللمس، الشبكة، الكاميرا، ومستشعرات الضوء وغيرها، إضافة إلى نظام التشغيل وطريقة تفاعل المستخدمين معه، وكذلك البيئة المحيطة بهم أثناء الاستخدام. يقوم هذا النهج على استثمار الخصائص الفريدة للهاتف المحمول لتقديم تجربة ذات جودة عالية وقيمة تفاعلية. فعلى سبيل المثال، يمكن توظيف حركة التمرير التي يقوم بها المستخدم أثناء تصفح مجلة رقمية لخلق تجربة إعلانية مبتكرة؛ إذ قد يظهر إعلان التأمين على السيارات بشكل تقليدي في البداية، لكن عند تمرير الصفحة تتحرك صورة السيارة بسرعة عبر الشاشة لتصطدم بحافتها، مصحوبة برسالة توعوية مثل: "لا تعرف أبداً متى سيحدث حادث". هذا المثال يوضح كيف يمكن للتصميم الموجه للهاتف المحمول أن يدمج عناصر التفاعل البصري والحركي لزيادة التأثير والارتباط بالمحتوى.

مبادئ التصميم الموجه للهاتف المحمول

وتُعد حملة **Netflix** لمسلسل **Black Mirror** نموذجًا بارزًا لاستغلال إمكانات الهاتف المحمول في الإعلانات؛ حيث اعتمدت على تحويل شاشة الهاتف إلى صورة زجاج مكسور، مما أعطى انطباعًا بأن شاشة المستخدم قد تشققت فعليًا. وقد ساهم هذا التأثير البصري المبتكر في جذب الانتباه وعكس فكرة الواقع المحطم التي تناولها المسلسل، الأمر الذي مكّن Netflix من الحصول على جائزة Drum Mobile لعام ٢٠٢٣ في فئة "الاستخدام الأكثر ابتكارًا للهاتف المحمول".



مبادئ التصميم الموجه للهاتف المحمول

في سياق التصميم الموجه للهاتف المحمول هناك مجموعة من المبادئ التي يجب مراعاتها، ومنها:

١. يصبح الهاتف المحمول جزءًا مدمجًا في تجربة المستخدم ويلعب دورًا حاسمًا في كل مرحلة من رحلة العميل، ولكنه لا يُلاحظ إلا عند حدوث خلل فيه.

٢. يجب أن تكون تجارب الهاتف المحمول مصممة بشكل صحيح وسياقي لتثقيف المستخدمين من خلال الفيديو والصوت والتواصل الشفهي بين المستخدمين. ينبغي تحسين هذه التجارب لتقليل عدد الخطوات اللازمة لإتمام المهمة بأقل عدد ممكن من اللمسات. يركز التصميم للهاتف المحمول على تقليل عدد النقرات المطلوبة لإكمال المهمة، مثل ضبط منبه للاستيقاظ.

مبادئ التصميم الموجه للهاتف المحمول

في سياق التصميم الموجه للهاتف المحمول هناك مجموعة من المبادئ التي يجب مراعاتها، ومنها:

٣. يجب مراعاة سياق الهاتف المحمول والعوامل المحيطة به في الاعتبار بشكل مناسب. تشمل تجربة العميل عبر

الهاتف المحمول سلسلة التوريد بأكملها، بما في ذلك التفاعلات داخل البيئة الرقمية وخارجها. على سبيل

المثال، يختلف التطبيق الموجه لشخص يبلغ من العمر ٨٠ عامًا اختلافًا كبيرًا عن التطبيق الموجه للمراهقين.

٤. يجب أن يأخذ تطوير تطبيقات الهاتف المحمول في الاعتبار أداء الجهاز. على سبيل المثال، ينبغي تحسين

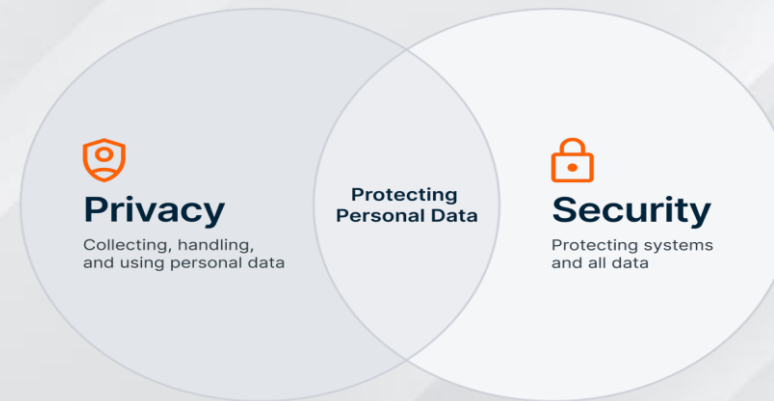
متطلبات التخزين واستهلاك الطاقة مع مراعاة السياق. دور المصمم هو الاستفادة من السياق المذكور أعلاه

والوقت الذي يقضيه المستخدم في استخدام الجهاز ونظام التشغيل. يجب استخدام أقل الإمكانيات التصميمية

اللازمة لتوفير التجربة المطلوبة.

مبادئ التصميم الموجه للهاتف المحمول

- في سياق التصميم الموجه للهاتف المحمول هناك مجموعة من المبادئ التي يجب مراعاتها، ومنها:
٥. يجب أن تعتمد حلول الهاتف المحمول على مبادئ الخصوصية الشاملة في التصميم، خاصة فيما يتعلق بجمع البيانات، بحيث يتم جمع البيانات الضرورية فقط. في كثير من الأحيان، يحتفظ المسوقون بالكثير من البيانات ولا يعرفون كيف يستفيدون منها.
 ٦. ينبغي اعتماد جمع البيانات بالحد الأدنى لدعم تجربة الاستخدام، مع ضمان تطبيق الأمن الشامل (وهو يختلف عن مجرد الخصوصية) وآليات التفويض باعتبارها جزءًا أساسيًا من سلسلة تصميم الهاتف المحمول.



مبادئ التصميم الموجه للهاتف المحمول

في سياق التصميم الموجه للهاتف المحمول هناك مجموعة من المبادئ التي يجب مراعاتها، ومنها:

٧. الخصوصية إلزامية طوال رحلة المستخدم من نقطة الدخول وحتى الإجراء النهائي.

٨. يجب أن يكون التصميم للهاتف المحمول مدمجًا في جوهر التجربة بحيث تصبح تجربة الاستخدام ممتعة ولا

تُنسى. ينبغي أن تكون عناصر التصميم مبتكرة وتستفيد من جميع السمات لإنشاء تجربة تجمع بين التميز

والفائدة العملية. فعلى سبيل المثال، في تطبيقات الدفع، يجب ألا تكون هناك أي عوائق بين المستخدم والمؤسسة

المالية لضمان تجربة سلسلة، كما هو موضح في الشكل التالي عند إجراء معاملة مالية.

مبادئ التصميم الموجه للهاتف المحمول



التصميم المتمحور حول الإنسان

"التصميم المتمحور حول الإنسان هو فلسفة، وليس مجموعة دقيقة من الأساليب، ولكنه يفترض أن الابتكار يجب أن يبدأ بالتقرب من المستخدمين ومراقبة أنشطتهم."

— دونالد نورمان، المؤسس المشارك لمجموعة نيلسن نورمان، وأحد رواد علم تجربة المستخدم.

<https://www.nngroup.com/people/don-norman/>



التصميم المتمحور حول الإنسان

يُعد التصميم المتمحور حول الإنسان فلسفة تهدف إلى تطوير حلول مبتكرة من خلال فهم منظور الإنسان في كل خطوة من خطوات العملية. يعتمد هذا النهج على حل مشكلات المستهلكين عبر التركيز أولاً على احتياجات وقدرات المستخدم المستهدف، ثم تصميم الحلول بطريقة تراعي سلوكياتهم الحالية لتجاوز التحديات.

يُعتبر التصميم المتمحور حول الإنسان عقلية تدمج التفكير التصميمي لإنشاء منتجات وخدمات تحقق الفائدة للمستخدمين الذين صُممت من أجلهم. ويمكن تعريف هذا النهج أيضاً بأنه "عملية تبدأ بالأشخاص الذين تصمم لهم وتنتهي بحلول جديدة مصممة خصيصاً لتلبية احتياجاتهم".

التصميم المتمحور حول الإنسان

يمكن تحديد المبادئ الأربعة التي يقوم عليها التصميم المتمحور حول الإنسان وفقاً لدونالد نورمان كما يلي:

١. **التركيز على الإنسان:** يجب التركيز على المستخدمين من أجل إنشاء منتجات مناسبة وذات معنى لهم. يمكن أن تكون خريطة رحلة العميل أداة مفيدة لفهم التفاعلات التي يقوم بها العملاء مع المؤسسة وتحديد المشكلات والفرص المحتملة.
٢. **فهم المشكلة وحل السبب الجذري:** من الضروري فهم الأسباب الجذرية والقضايا الأساسية، وإلا ستستمر المشكلات. يبدأ ذلك بمراقبة المشكلة ثم وضع تصور لأفضل الطرق لتطوير الحلول وتنفيذها.



التصميم المتمحور حول الإنسان

يمكن تحديد المبادئ الأربعة التي يقوم عليها التصميم المتمحور حول الإنسان وفقاً لدونالد نورمان كما يلي:

٣. كل شيء نظام مترابط: يجب تذكر أن كل شيء جزء من نظام مترابط. لا يمكن حل المشكلات بمعزل عن

غيرها، بل يجب فهم كيف ستؤثر أي تغييرات على الجوانب الأخرى لتجربة المستخدم.

٤. التدخلات الصغيرة والبسيطة: ابدأ بتدخلات صغيرة وبسيطة، ثم قم بتحسينها تدريجياً من خلال التكرار. يجب

إجراء النمذجة والاختبار بشكل متكرر وتعديل الأفكار لضمان أن الحلول تلبي احتياجات الأشخاص المستهدفين

بدقة.



عملية التفكير التصميمي

يُعد التفكير التصميمي منهجية ابتكارية تهدف إلى تطوير حلول عملية وإبداعية للمشكلات، وقد اشتهرت بها شركتا IDEO ومدرسة التصميم بجامعة ستانفورد. يقوم هذا النهج على تصميم حلول قابلة للتطبيق من قبل الجمهور المستهدف من خلال التركيز على التعاطف مع تجربة المستخدم وفهم احتياجاته. لا يقتصر التفكير التصميمي على المصممين فقط، بل يمثل إطارًا يمكن لأي شخص يسعى إلى الابتكار الاستفادة منه. ويعتمد هذا المفهوم على تحقيق التوازن بين ثلاثة عناصر أساسية: ما هو مرغوب بشريًا، وما هو ممكن تقنيًا، وما هو قابل للتطبيق اقتصاديًا، إذ يؤدي هذا التوازن إلى تصميم واعٍ يضيف قيمة حقيقية للحلول المقدمة.

<https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process?srsltid=AfmBOorvagS4amb0KT3Z-8iMsc7xy3gSvf2BG8yYsVJxofcoSNeSwlTH>

عملية التفكير التصميمي

وفقًا لمقالة سارة جيبونز بعنوان "أساسيات التفكير التصميمي"، فإن التفكير التصميمي عملية تكرارية تتضمن خطوات مترابطة تهدف إلى تطوير منتجات وحلول تحقق الفائدة للمستخدم النهائي. ويُعد التصميم المتمحور حول الإنسان عقلية وأداة يمكن دمجها مع التفكير التصميمي لتعزيز الأثر الإيجابي طويل الأمد. وقد اعتمدت شركات رائدة مثل Google و Procter & Gamble أسلوبًا مبتكرًا لتحفيز الإبداع من خلال طرح سؤال بسيط: "كيف يمكننا؟" **How Might We**، الذي أصبح تقنية فعالة لتحويل الأفكار والأسئلة والتحديات إلى فرص ملموسة.

<https://www.nngroup.com/articles/design-thinking/>

عملية التفكير التصميمي

كيف: يشير إلى أن الأمر ممكن، ويُلْمَح إلى أننا لا نملك الإجابة بعد، لكن يمكننا استكشاف مجموعة متنوعة من الخيارات.

يمكن: قد نقوم بذلك أو لا نقوم به. إنها حل محتمل، وليس الحل الوحيد. يتيح لنا النظر في حلول متعددة وعدم الاكتفاء بالفكرة الأولى باعتبارها الأفضل.

نحن: هذا عمل تعاوني نقوم به معًا. تأتي فكرة الحل من جهد جماعي مشترك.

باستخدام نهج التفكير التصميمي المتمحور حول الإنسان، يمكننا التعاطف مع المستخدم النهائي لتقديم قيمة حقيقية من خلال التصميم. وللحصول على مزيد من الفهم حول العبارات القوية والتقنيات المستخدمة في التفكير التصميمي، يمكن مشاهدة فيديو سارة جيونز بعنوان "احتياجات المستخدم في التفكير التصميمي".

<https://youtu.be/kTOZqwdPYRM>

عملية التفكير التصميمي

مراحل عملية التفكير التصميمي:

المرحلة الأولى: التعاطف Empathize

يبدأ التفكير التصميمي بفهم المجموعة المستهدفة من الأشخاص والمشكلات المحددة التي تواجهها هذه المجموعة. في هذه الخطوة، يذكّرنا نهج التصميم المتمحور حول الإنسان بضرورة التركيز على التعاطف. يُعد التعاطف مهارة تتيح لنا فهم مشاعر الآخرين وتمكننا من وضع أنفسنا في مكانهم والتواصل مع مشكلاتهم أو أوضاعهم الحالية. يُعتبر التعاطف عنصرًا أساسيًا في عملية التفكير التصميمي لأنه يساعد المصممين على تجاوز أفكارهم وافتراساتهم الخاصة حول المشكلة واكتساب فهم حقيقي لاحتياجات المستخدمين. يتيح لنا ذلك فهم الأشخاص الذين نصمم لهم بشكل أعمق ويحفزنا على ابتكار منتجات أو خدمات يمكن أن تحل مشكلاتهم وتحسن حياتهم.

عملية التفكير التصميمي

مراحل عملية التفكير التصميمي:

المرحلة الثانية: التحديد Define

بعد جمع المعلومات في مرحلة التعاطف، تأتي الخطوة التالية لتحليل الملاحظات وتنظيمها من أجل تحديد المشكلات الأساسية، والتي تُعرف ببيانات المشكلة. تُعد بيانات المشكلة أوصافاً موجزة لمشكلات المستخدمين، وتُستخدم كنقاط مرجعية طوال المشروع لقياس مدى ارتباط الأفكار بالقضية الحقيقية.

المرحلة الثالثة: توليد الأفكار Ideate

تركز العمليات الإبداعية في مرحلة توليد الأفكار على ابتكار حلول بالتعاون مع المستخدمين المستهدفين. تتيح المعرفة المكتسبة من المرحلتين السابقتين للمصممين التفكير خارج الصندوق والبحث عن طرق بديلة لتطوير حلول مبتكرة للمشكلة المحددة. الهدف من العصف الذهني في التفكير التصميمي هو إنتاج أكبر عدد ممكن من الأفكار، ثم إنشاء نسخ متكررة منها لتحسين التصميمات بشكل أكبر.

عملية التفكير التصميمي

مراحل عملية التفكير التصميمي:

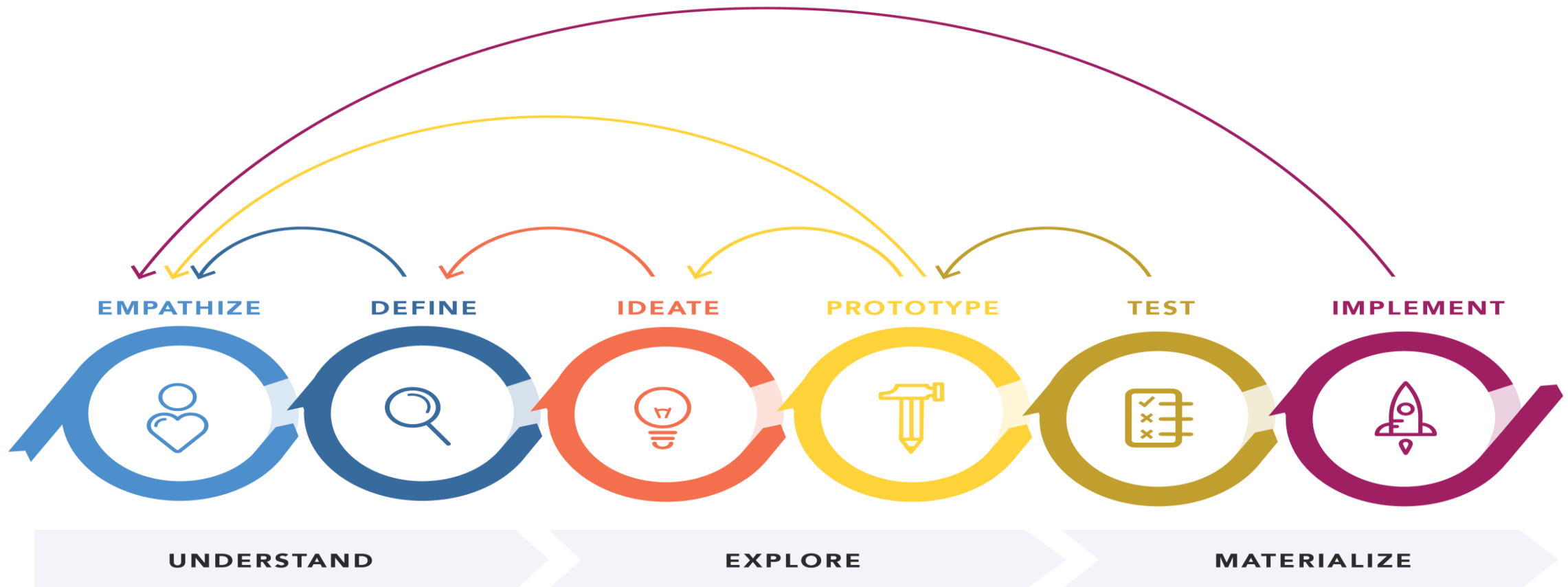
المرحلة الرابعة: النموذج الأولي Prototype

يتم بناء النماذج الأولية بالتعاون مع المستخدمين النهائيين للحصول على ملاحظاتهم واقتراحاتهم. في هذه المرحلة التجريبية، يتمثل الهدف في تحديد أفضل حل ممكن لكل مشكلة تم اكتشافها. وفي مرحلة النموذج الأولي، يكون الهدف تطوير نموذج أولي قابل للتطبيق بأقل تكلفة ممكنة من خلال إنتاج نسخ مصغرة من المنتج للتحقق من قبول المستخدم للحل المقترح.

المرحلة الخامسة: الاختبار Test

في هذه المرحلة يتم التحقق من أن المستخدم لن يوافق فقط على الحل المقترح، بل أن هذا الحل يعالج المشكلة فعليًا. وعلى الرغم من أن هذه المرحلة تُعد الأخيرة في القائمة، إلا أنها ليست الخطوة النهائية في المنهجية؛ إذ إن التفكير التصميمي عملية تكرارية تسمح بالعودة إلى المراحل السابقة لإجراء تحسينات إضافية أو لاكتشاف حلول بديلة أو استبعادها.

عملية التفكير التصميمي



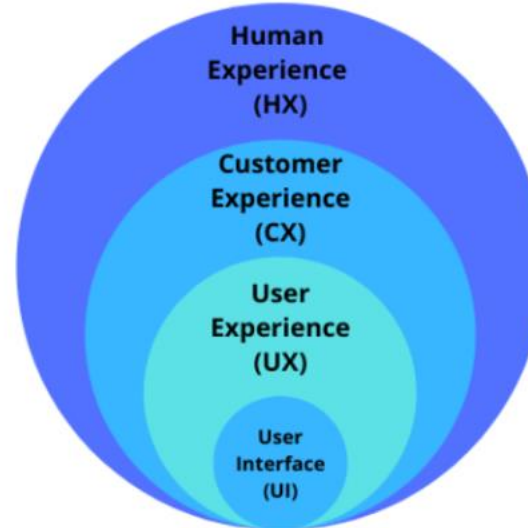
تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI

تشمل تجربة المستخدم User Experience جميع جوانب التفاعل بين المستخدم النهائي والشركة، بما في ذلك الخدمات والمنتجات التي تقدمها، وفقًا لما ورد عن مجموعة *Nielsen Norman*. ويُعد دونالد نورمان من أبرز من أسهموا في تطوير مفهوم تجربة المستخدم من خلال كتابه "تصميم الأشياء اليومية"، حيث أوضح أن التصميم الجيد والقابل للاستخدام يتحقق عبر جعل العناصر واضحة للعين، وربط الوظائف بعلاقات متوقعة تسهّل التحكم. الهدف الأساسي من التصميم هو تمكين المستخدم من التنقل بسلاسة أثناء استخدام المنتج دون تعقيد أو جهد إضافي.



تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI

تلعب واجهة المستخدم User Interface دورًا جوهريًا في تحقيق تجربة مستخدم إيجابية، إذ إن تصميمها بشكل متقن ينعكس على رضا المستخدم ويؤثر في تجربة العميل والتجربة الإنسانية بشكل عام. ويُظهر الشكل التوضيحي كيف يتم دمج مفهومي UX و UI في إطار متكامل يعزز تجربة المستهلك ويحقق التفاعل الأمثل بين الإنسان والتكنولوجيا.



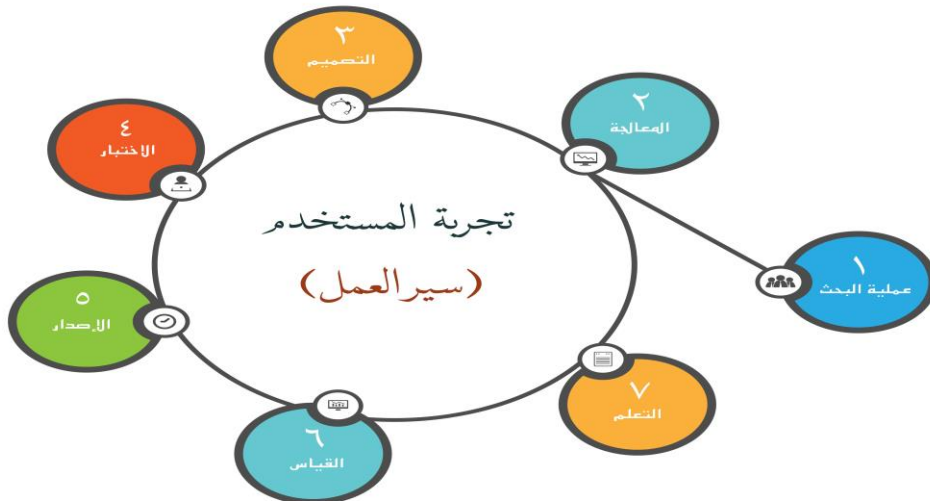
تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI

أصبح التركيز على تجربة الإنسان HX أكثر وضوحًا في الآونة الأخيرة. في السابق، كانت الشركات تركز بشكل أكبر على تجربة العميل CX التي تتعلق بالتفاعل مع الأفراد كمشتريين في سياق المعاملات. تهدف تجربة العميل إلى فهم التجربة التي يمر بها العميل عند استهلاك منتجات العلامة التجارية. أما تجربة الإنسان فتأخذ هذا المفهوم خطوة أبعد، حيث تسعى إلى فهم العميل بشكل أعمق وإيجاد طرق للتفاعل معه لتحسين حياته. هذا التحول في التفكير غير طريقة تواصل الشركات مع الناس، كما أثر في نهج التصميم، إذ يركز التصميم المتمحور حول الإنسان على تحسين التجربة الإنسانية الشاملة وليس مجرد بيع المنتجات والخدمات.



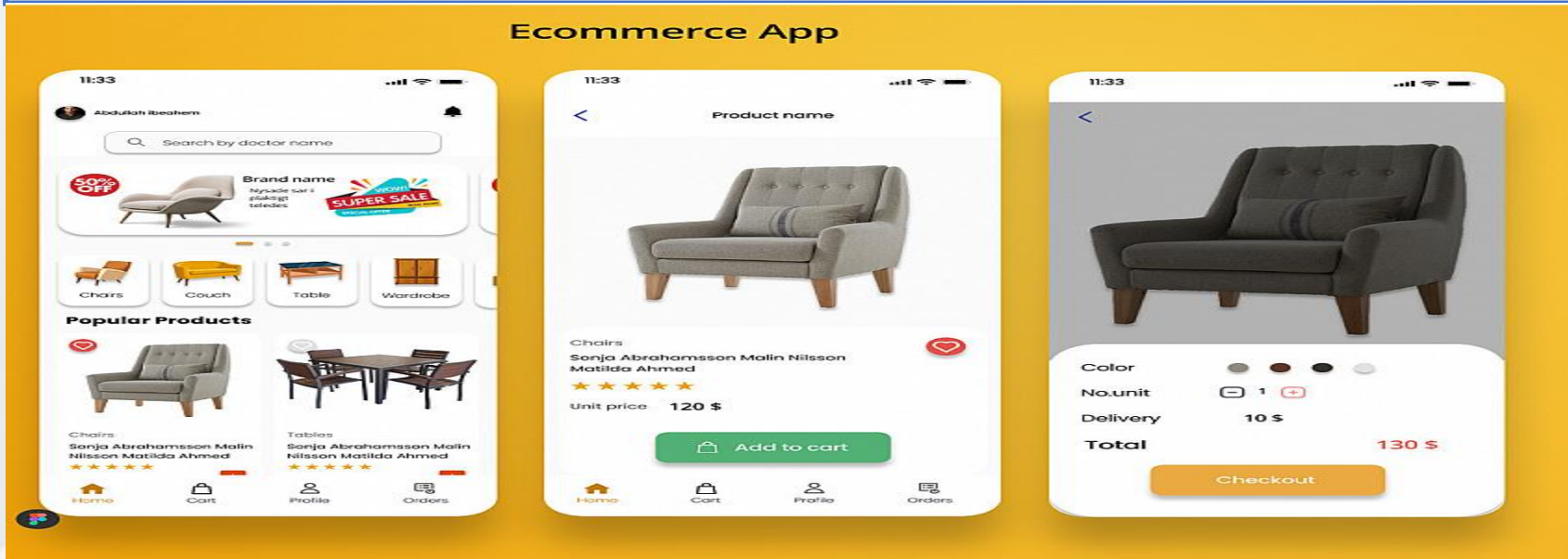
تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI

تجربة المستخدم UX تصف كيفية استخدام الجمهور المستهدف وتفاعله مع منتج أو خدمة معينة. تشمل تجربة المستخدم جميع تفضيلات المستخدمين المستهدفين، وانطباعاتهم، بالإضافة إلى الاستجابات الجسدية والنفسية (العاطفية) للتجربة. كما تتضمن السلوكيات والأنشطة التي تحدث قبل وأثناء وبعد استخدام المنتج أو الخدمة. يُعد تحسين تجربة المستخدم أمرًا أساسيًا للحفاظ على العملاء، إذ تؤدي التجربة الإيجابية إلى زيادة التفاعل، بينما يمكن أن تقلل التجربة السلبية من استخدام المنتج.



تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI

واجهة المستخدم UI هي نقطة التفاعل والتواصل مع الجهاز. الهدف من واجهة مستخدم ناجحة هو جعل تجربة المستخدم سهلة وبديهية وتتطلب أقل جهد ممكن لتحقيق النتيجة المرجوة. من المهم تلبية توقعات المستخدم من خلال واجهة مصممة جيدًا تسهل التفاعل الفعال عبر سهولة الوصول والجماليات البصرية وسهولة الاستخدام. يجب أن توفر واجهة المستخدم عناصر مرئية فعالة واستجابة سريعة تلبي احتياجات المستخدم وتنفذ توقعاته.



تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI

تُعد واجهة المستخدم UI وتجربة المستخدم UX مترابطتين، حيث تشمل التجربة الكلية للمستخدم سرعة الاستجابة والمظهر الجمالي، والتي يتم تقديمها في سياق واجهة المستخدم. يركز تصميم واجهة المستخدم على الشكل والمظهر المقصودين للتطبيق، بينما تشمل تجربة المستخدم العملية الكاملة بدءًا من التصور وحتى التطوير والتسليم. أحد الفروق الرئيسية هو أن تجربة المستخدم يمكن أن تُطبَّق على أي منتج أو خدمة تقريبًا، في حين أن واجهة المستخدم تقتصر على المنتجات الرقمية فقط. تركز تجربة المستخدم على الغرض العام ووظائف المنتج، وتشمل مراحل من البحث التسويقي لتحديد احتياجات المستخدمين. أما النقطة المحورية في واجهة المستخدم فهي جودة التفاعل مع المنتج، بما في ذلك المكونات الفنية للتصميم المتعلقة بالشكل والمظهر النهائي للمنتج.

تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI

يوضح الشكل كيف يساعد تصميم الإطارات Wireframing المطور في فهم الانتقال من شاشة إلى أخرى على الجهاز المحمول.



تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI

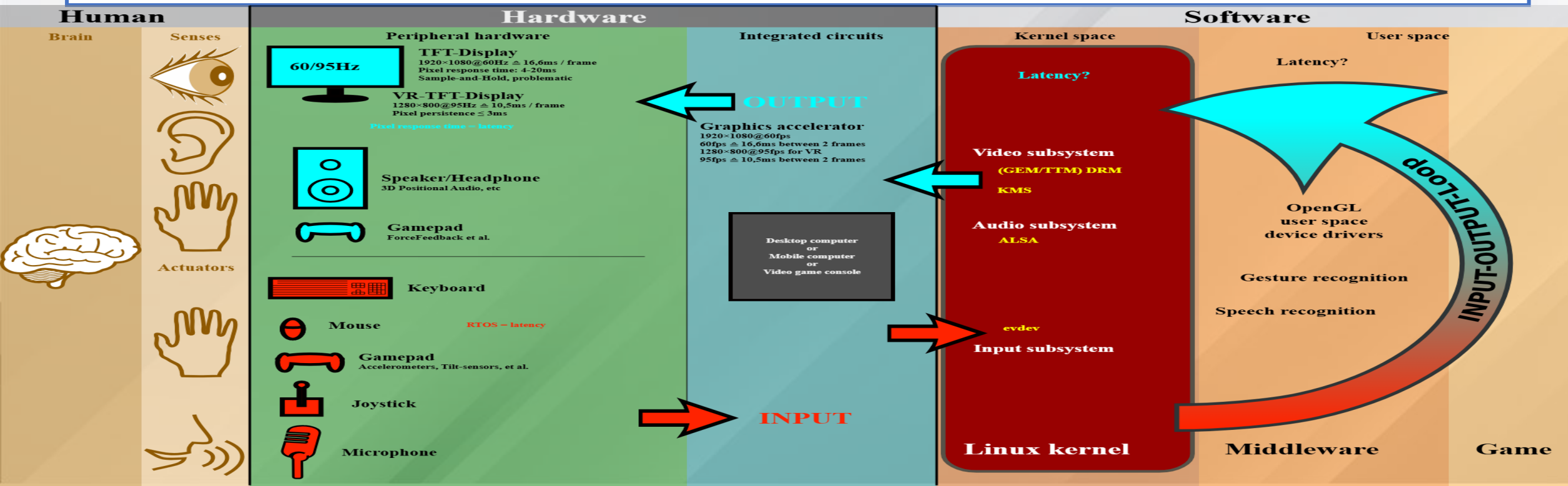
يركز تصميم واجهة المستخدم للهاتف المحمول UI على إنشاء واجهات وظيفية وجذابة تناسب الشاشات الصغيرة، وتحسين الميزات الخاصة مثل التحكم باللمس والأوامر الصوتية. من المهم فهم العلاقة بين تجربة المستخدم UX، وواجهة المستخدم UI، وتطوير التطبيقات المحمولة. من خلال التركيز على كيفية استخدام المستخدم للمنتج عبر الجهاز المحمول، يمكننا تصميم تجربة متكاملة تجعل التطبيق:

سهل الشراء - سهل الإعداد - سهل التعلم - سهل الاستخدام - بديهي - جذاب - مفيد.

(وهذا هو الهدف الأساسي)

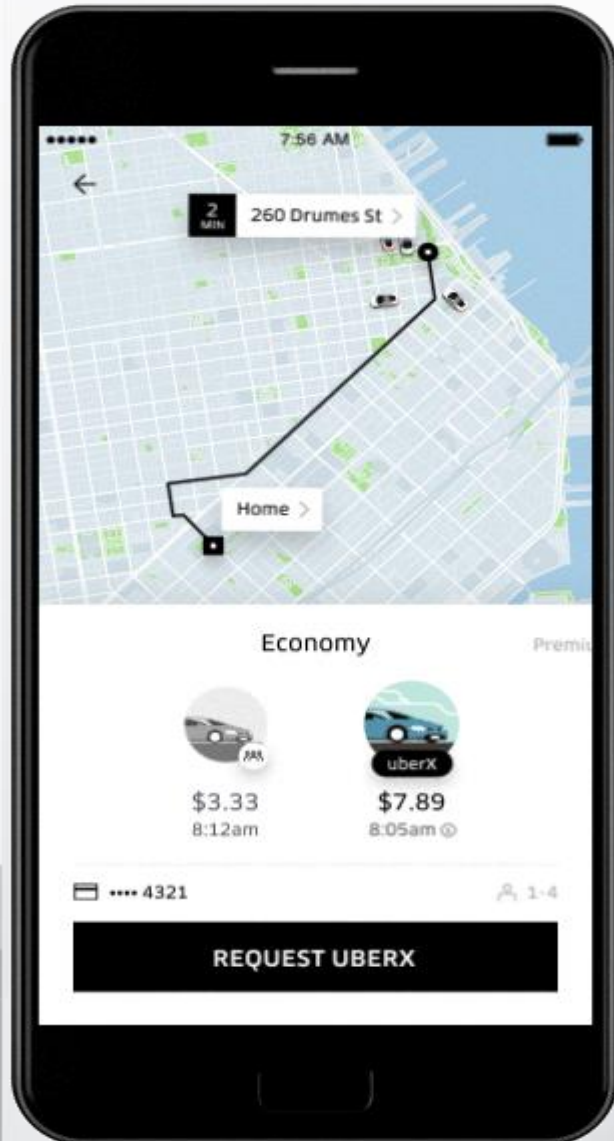
تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI

لتحقيق تجربة مستخدم وواجهة مستخدم إيجابية، من الضروري أن يتم التصميم بطريقة تعزز سهولة الاستخدام usability والكفاءة efficiency وفائدة المنتج أو الخدمة utility، بما يخلق قيمة حقيقية للمستخدم.



تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI

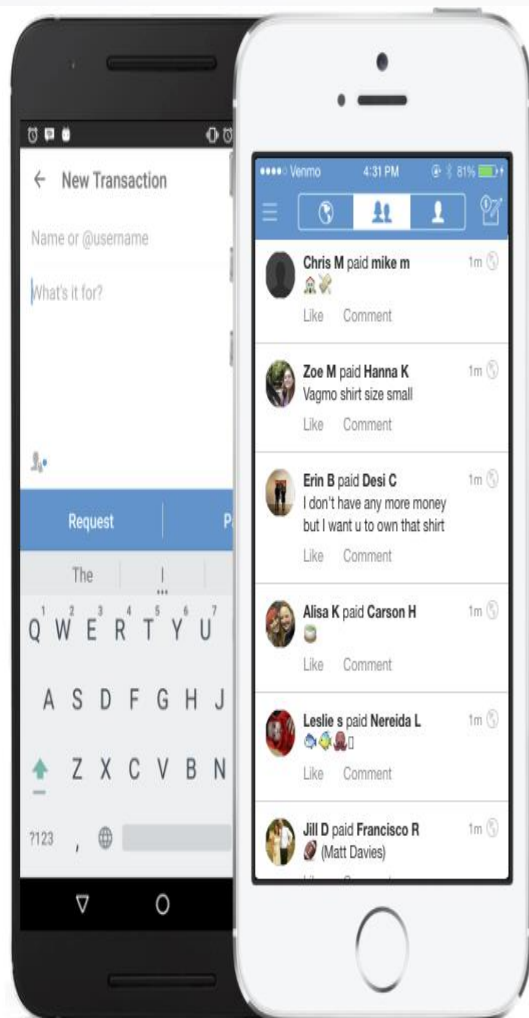
سهولة الاستخدام usability هي القدرة على توفير نظام يمكن المستخدمين من أداء المهام بفعالية وأمان، مع الاستمتاع بالتجربة العامة. وبما أن سهولة الاستخدام تتعلق بإنجاز المهمة، فمن الضروري توفير بنية معلوماتية وواجهة تتيح للمستخدم العثور بسرعة على ما يبحث عنه لإكمال المهمة. مثال على ذلك تطبيق **Uber**، الذي يتميز بواجهة بسيطة وفعالة. عند فتح التطبيق، يظهر شريط بحث عن الوجهة وخريطة بالموقع الحالي وجميع السيارات المتاحة بالقرب. كما تعرض الشاشة عناوين الوجهات الأخيرة، بحيث يمكن للمستخدم طلب رحلة بثلاث نقرات فقط إذا كان يذهب إلى نفس الأماكن باستمرار. يوفر Uber ميزات أمان ومعايير لضمان بيئة آمنة للمستخدمين، بالإضافة إلى خيارات دفع آمنة.



تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI

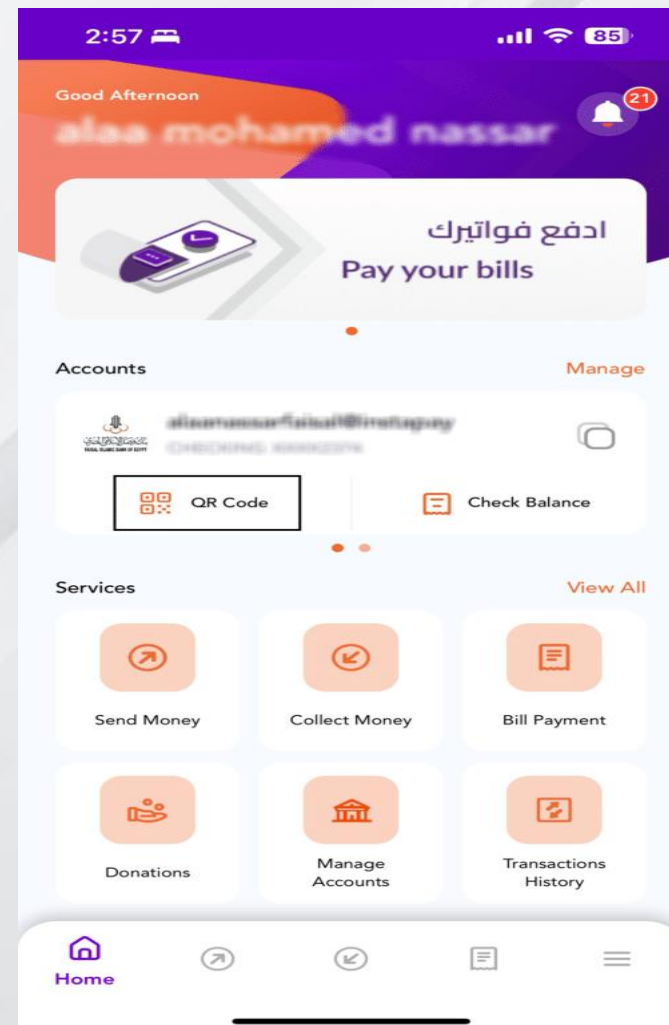
الكفاءة efficiency هي قدرة المستخدم على إكمال المهمة دون إضاعة الوقت أو الجهد أو المال. تطبيق **Venmo**، وهو محفظة إلكترونية، مثال جيد لشركة حسنت الكفاءة لمستخدميها. يتيح Venmo طريقة بسيطة وسريعة لتحويل الأموال بين المستخدمين. عندما يقول شخص ما "أرسل لي عبر Venmo"، فهذا يعني إمكانية تقسيم الفواتير أو تحويل الأموال أو إرسال هدية باستخدام التطبيق. لا توجد رسوم خفية، مما يجعل إرسال أو استلام الأموال مجانيًا باستخدام رصيد Venmo أو الحساب البنكي. من خلال الجمع بين العناصر الاجتماعية والمالية للمعاملات، تمكن التطبيق من حل مشكلة عدم الكفاءة في أنظمة الدفع التقليدية بين الأفراد.

تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI



venmo

Send money and
make purchases.



تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI

الفائدة utility هي تفضيل المستهلكين لمنتج أو خدمة معينة، ويستند هذا المفهوم إلى اختيار المستخدم والقيمة المدركة. يُعد التصميم الذي يركز على الفائدة أمرًا أساسيًا لنجاح الأعمال. يُعتبر تطبيق **Duolingo** من أشهر تطبيقات تعلم اللغات في السوق اليوم، حيث يقدم الفائدة لأكثر من ٥٠٠ مليون مستخدم مسجل. في السابق، عندما كان شخص ما يرغب في تعلم لغة جديدة، كان يلجأ إلى دراسة الكتب أو حضور الدورات (وهي أمور تستغرق وقتًا طويلاً وقد تكون مكلفة). يقدم Duolingo دروسًا قصيرة وسريعة، ويتيح للمستخدمين كسب النقاط وفتح مستويات جديدة مع اكتساب مهارات التواصل الواقعية. وهذا يوفر قيمة للمستخدمين الذين لا يملكون وقتًا كافيًا لتعلم لغة جديدة بفعالية وكفاءة.

تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI

يمتلك Duolingo عرض قيمة واضحًا ورسالة تحفيزية: "تعلم لغة مجانًا إلى الأبد". كما يستخدم التطبيق نهج التلعيب لجعل تعلم لغة جديدة أكثر متعة وجاذبية. وتجسد تجربة المستخدم في Duolingo استراتيجيات تصميم متسقة ومنفذة بشكل جيد، مع شاشات دراسية بسيطة وبديهية وسهلة الاستخدام. يستخدم البرنامج محفزات متعددة (كتابة، صور، وصوت) وتمارين تفاعلية لتعزيز تجربة التعلم، بما يتماشى مع استراتيجياته التعليمية القائمة على التلعيب.

تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI

يشمل تصميم وهيكّل واجهة تطبيق Duolingo ما يلي:

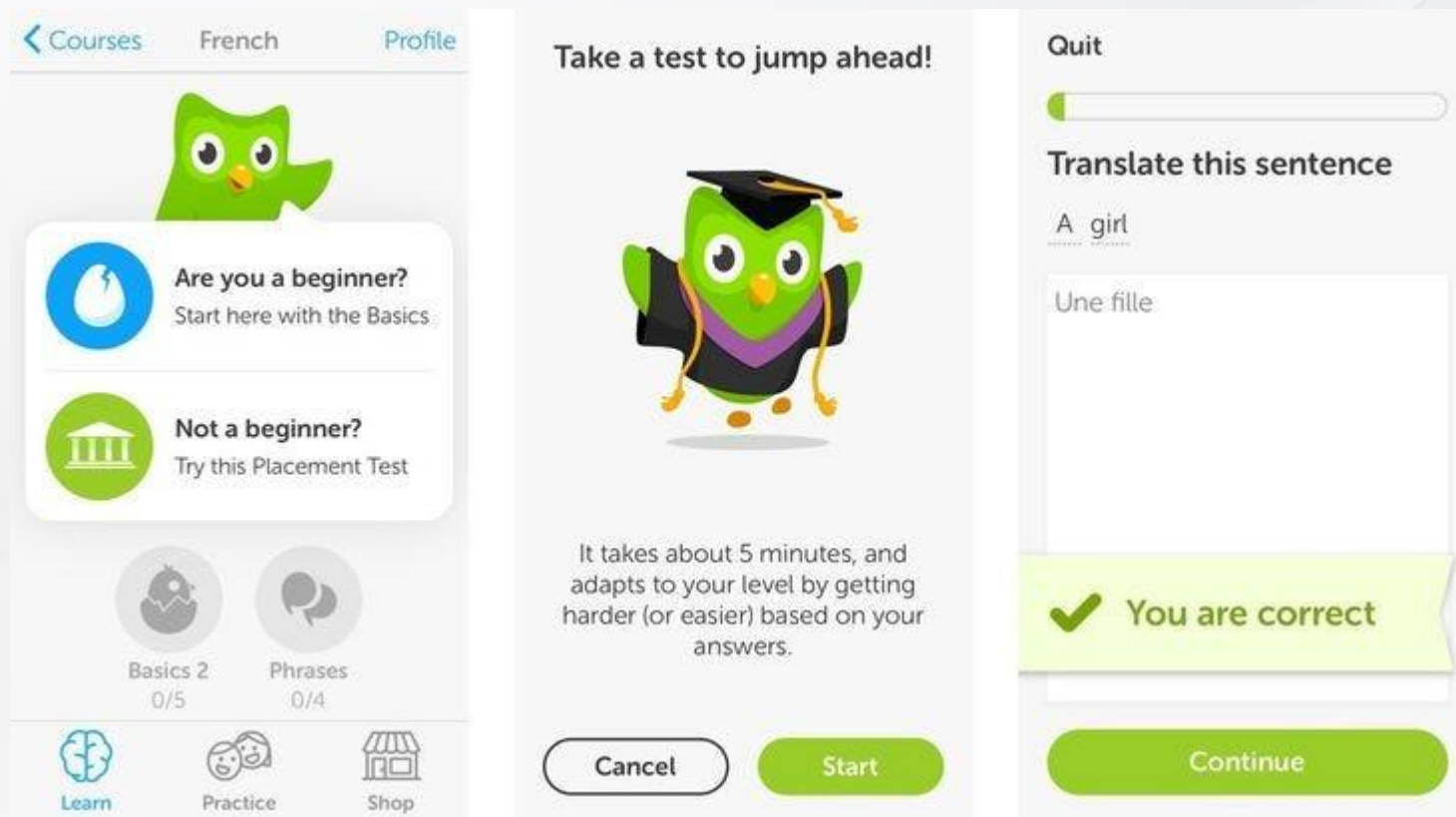
الوضوح: يتمتع المستخدمون بإمكانية وصول واضحة إلى سجلهم وقدرتهم على تتبع التقدم والأهداف اليومية. يحصلون على نقاط الخبرة XP عند إكمال الأقسام بنجاح، بالإضافة إلى مكافآت أخرى مثل الأحجار الكريمة، والصناديق، والقلوب.

الإرشاد: يقدم التطبيق إرشادات للمستخدمين حول كيفية تحقيق الأهداف، ويرسل إشعارات لتذكيرهم بالممارسة اليومية. يتم تخصيص الدروس لتناسب مستوى المستخدم وسرعة تعلمه.

الاتصال: يمكن للمستخدمين التواصل مع مستخدمين آخرين ودعوة الأصدقاء للانضمام عبر الرسائل النصية أو البريد الإلكتروني أو فيسبوك. يوفر Duolingo هذه الميزة لأن "التعلم يصبح أكثر متعة وفعالية عند التواصل مع الآخرين". من خلال مشاركة التقدم، ولوحات الصدارة، والدوريات، وإمكانية منح الآخرين "تصفيق عالي"، يقدم التطبيق طرقًا متعددة لبناء الروابط الاجتماعية.

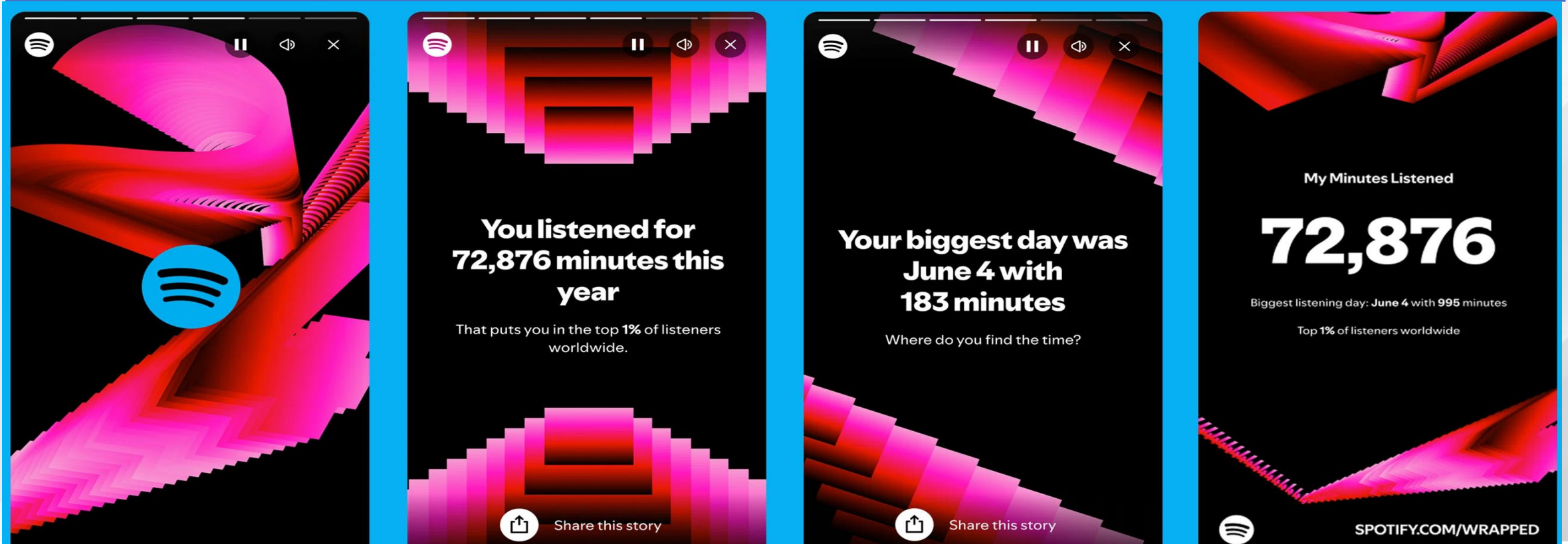
التغذية الراجعة: عند وصول المستخدم إلى مستوى جديد في Duolingo، يهتز الهاتف. يُعد هذا حدثًا لمسيًا يعزز شعور التقدم الذي يحققه اللاعب عند الانتقال إلى مستوى آخر كمكافأة.

تجربة المستخدم UX وواجهة المستخدم UI



دراسة حالة: Spotify Wrapped

تقدم خاصية Spotify Wrapped ميزة سنوية تقدم للمستخدمين ملخصًا شخصيًا عن عادات الاستماع لديهم، وتحول البيانات إلى تجربة تفاعلية قابلة للمشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي.



دراسة حالة: Spotify Wrapped

➤ تجربة المستخدم UX والابتكار

- يتميز تطبيق Spotify بواجهة سهلة الاستخدام، بحث فعال، وتكامل مع منصات التواصل الاجتماعي، مما يعزز تجربة المستخدم على الأجهزة المحمولة.
- ميزة **Your Library** تسهل إدارة المحتوى الشخصي، مع إمكانية مزامنة الملفات المحلية.
- الإشعارات الذكية (تحديثات قوائم التشغيل، أخبار الفنانين، توصيات موسيقية) تزيد من التفاعل المستمر.

➤ دور البيانات والتحليلات

- تعتمد Spotify على خوارزميات متقدمة لتحليل عادات الاستماع، وتقديم توصيات مخصصة.
- ميزة **Wrapped** تحول البيانات إلى محتوى بصري جذاب، مما يعزز مشاركة المستخدمين ويخلق تأثيرًا فيروسيًا.
- مثال: حملة ٢٠١٩ جذبت أكثر من ٦٠ مليون مستخدم، وحقت ٣ مليارات عملية بث من قوائم **Wrapped**.

دراسة حالة: Spotify Wrapped

➤ استراتيجيات التسويق عبر وسائل التواصل

صُممت Wrapped لتكون قابلة للمشاركة على منصات مثل TikTok، Instagram، Twitter، مما يحول المستخدمين إلى مروجين غير مدفوعي الأجر.

➤ أثر استراتيجي

لا يخدم Spotify Wrapped فقط المستخدم، بل يوفر بيانات قيمة للفنانين وشركات الإنتاج لفهم الاتجاهات. يخلق ولاءً أكبر للمنصة من خلال التخصيص والتفاعل الاجتماعي، ويعزز مكانة Spotify كقائد في سوق البث الصوتي.

في هذه المحاضرة، ناقشنا الموضوعات التالية:

- مفهوم التصميم للهاتف المحمول **Mobile by Design** وأهميته في التسويق الرقمي.
- مبادئ التصميم الموجه للهاتف المحمول
- التصميم المتمحور حول الإنسان
- عملية التفكير التصميمي
- عناصر أساسية في تصميم التطبيقات: سهولة الاستخدام، الكفاءة، والفائدة
- تجربة المستخدم **UX** وواجهة المستخدم **UI**
- دراسة حالة: **Spotify Wrapped**



Thank You