



در مسیر موفقیت

## شیوه‌های سنجش محصول با کمک کاربر



طراحی محصول (دیزاین) ادراک کاربر از محصول را شکل می‌دهد و رضایت او را رقم می‌زند. هرقدر کاربر از محصول احساس رضایت بیشتری داشته باشد به محصول وفادارتر خواهد بود.

مطلوبیت طراحی باید توسط کاربر سنجیده شود، زیرا بهبود محصول امری همیشگی و مداوم است. تحقیقات بخش جدانشدنی طراحی تجربه کاربری است و در هر مرحله نیازمند شناخت کاربر و خواسته‌های اوست.

تیم‌های استراتژی باید همواره زمان و منابعی را به این بخش تخصیص دهند. راه‌های زیادی برای کاربرپژوهی وجود دارد که به فراخور مساله می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. در ادامه به بعضی از آنها اشاره شده است:

**آزمون عملی در محیط (Fieldwork)؛** این روش به معنای جمع‌آوری داده از جایی غیر از کتابخانه‌ها و آزمایشگاه‌هاست و رفتن به محیط واقعی، مشاهده مستقیم، مصاحبه‌های غیررسمی، مشارکت در فعالیت‌های کاربران و مطالعات کیفی را شامل می‌شود. این روش به سیدن درک واقعی از رفتار کاربران کمک می‌کند.

**آزمون ای/بی (A/B testing)؛** روشی است که مقایسه‌ای میان دو نسخه از یک نرم‌افزار همراه یا وبگاه ایجاد می‌کند تا بفهمد کاربر کدامیک را ترجیح خواهد داد. این روش یک آزمایش است که دو یا چند نوع از یک صفحه را به‌طور تصادفی به کاربران نشان می‌دهد سپس تحلیل می‌کند کدام تغییر برای کاربران مطلوب‌تر خواهد بود.



**آزمون از راه دور (Remote Testing)؛** این روش برای زمانی که به کاربران محصول دسترسی وجود ندارد روش مناسبی است. در این روش از راه دور و به صورت آنلاین صفحه نمایش یا محصول در اختیار کاربر قرار می‌گیرد و نحوه کار کردن کاربر با آن سنجیده می‌شود. این آزمون معمولاً ۱۵ تا ۳۰ دقیقه طول می‌کشد و با سه تا پنج نفر از کاربران انجام می‌شود.

**آزمون چریکی (Guerrilla Testing)؛** روشی است ساده و ارزان برای جمع‌آوری سریع بازخوردهای کاربران نسبت به محصول، پژوهشگران تجربه کاربری به فضای عمومی می‌روند و از کاربران درباره محصول سوال می‌کنند یا آن را می‌سنجند. آنها معمولاً از کاربران می‌پرسند درباره محصول چه فکری می‌کنند و از آن چگونه استفاده خواهند کرد.

**آزمون پنج ثانیه‌ای (Five-second Test)؛** یک روش تحقیق کاربردی است که به فهمیدن این که کاربران چه اطلاعاتی را از چیزی که برایشان طراحی شده برداشت می‌کنند کمک می‌کند. در حقیقت در پنج ثانیه چیزی که کاربر از محصول به یاد می‌سپارد و اثری که بر او دارد سنجیده خواهد شد.

**آزمون گتو (Ghetto Test)؛** گتو به معنای محله‌های قرنطینه یهودیان در زمان جنگ جهانی دوم است. آزمایش گتو برای تخمین فرصت‌های فروش در بخشی از جامعه هدف محصول است.

**آزمون مادر بزرگ (Grandma Test)؛** ایده این آزمون این است که اگر مادر بزرگ نمی‌تواند کاری را انجام دهد، این احتمال وجود دارد که بخشی از کاربران از محصول سردرگیا روند. مثلاً اگر مادر بزرگ نمی‌تواند محصول را در گوگل جست‌وجو و پیدا کند، احتمالاً بخش بزرگی از بازار نمی‌توانند در جست‌وجوی آنلاین نسبت به آن محصول موفق باشند. بنابراین مادر بزرگ یا پدر بزرگی را پیدا کنید که برای سازمان شما کار نمی‌کنند و محصول را برای بررسی به آنها بدهید. این کمک می‌کند بتوانید اثر آن را بر همه کاربران تخمین بزنید.

پس از هر کدام از این آزمون‌ها تحلیل آماری و بررسی یافته‌ها انجام خواهد شد تا بتوان به نتیجه‌گیری درباره محصول و کارایی آن رسید.



می‌شود. شدت تحقیق و توسعه، ارزش افزوده حاصل از بخش تولید، بهره‌وری، شدت بهره‌گیری فناوری‌های پیشرفته، کارایی آموزش عالی، تمرکز پژوهشگران و فعالیت‌های مربوط به ثبت حق اختراع از جمله شاخص‌هاست که براساس آنها بررسی صورت می‌گیرد. / روابط عمومی معاونت علمی ریاست جمهوری

## اعتماد به تشخیص نیروهای متخصص مجموعه

در کنار اهمیت ایجاد روابط مناسب و کارآمد کاری، باید به شرکتان یا نیروهای متخصصی که در شرکت‌تان کار می‌کنند اعتماد کافی داشته باشید. زمانی که به شما می‌گویند کاری قابل انجام هست یا غیرممکن است، باید بتوانید حرفشان را بپذیرید. یا اگر راهکار دیگری را برای کاری پیشنهاد می‌کنند، از انجامش هراس نداشته باشید. اگر بخواهید بر کار غیرممکنی صرفاً به دلیل نداشتن اعتماد به نیروهای متخصص مجموعه پافشاری کنید، مطمئن باشید خیلی زود با شکست روبه‌رو خواهید شد.

اگرچه گاهی اعتماد نکردن به نظرات کارشناسان منجر به پیروزی‌های بزرگی نیز شده است، اما یادتان باشد استفاده از نظرات کارشناسان و افراد خبره‌ای که در حوزه‌ای از کار از شما آگاه‌تر و ماهرتر هستند، می‌تواند به موفقیت هرچه بیشتر شما بینجامد. نیروهای متخصص می‌توانند مهارت‌هایی را که شما قادر به انجامشان نیستید به‌خوبی پوشش دهند.

اگر احساس می‌کنید عمل کردن به نظرات کارشناسان ممکن است سرعت عمل یا پویایی مجموعه را کاهش دهد، با آنها مذاکره کنید.



برایشان تصمیمات مهمی که در ذهن دارید و علت این تصمیم‌گیری را توضیح دهید. در مقابل به نظرات آنها نیز گوش دهید و علت نظرآشان را بخواهید. برای مثال اگر تیم متخصص اعلام می‌کند اجرای پروژه‌ای شش‌ماه طول می‌کشد، این حق مسلم شماست که در مورد دلیل این زمان‌بندی سوال کنید. شاید در این توضیحات متوجه یک‌سری نواقص شوید که با برطرف کردنشان پیشرفت پروژه سرعت بیشتری بگیرد. اما این که بخواهید فقط چون احساس می‌کنید این پروژه باید در سه ماه انجام شود، کارمندانتان را مجبور کنید آن را سه‌ماهه تحویل دهند، طرز فکری اشتباه است.

## قرار گرفتن در اجتماعات کاری مرتبط

وقتی در کسب‌وکاری نوپا هستید، باید تلاش کنید جامعه اطرافتان و ارتباطات کاری خود را روز به روز گسترده‌تر کنید. این کار به افزایش هوش کاری و آگاهی از بازاری که واردش شده‌اید کمک شایانی خواهد کرد. در سازمان‌ها و انجمن‌های صنفی مرتبط با کسب‌وکارتان عضو شوید، در رویدادها شرکت کنید و برای عضویت در کانون‌ها و انجمن‌های مرتبط داوطلب شوید. برای ارتقای جایگاه و شناخته‌شدن در حوزه کاری باید تلاش کنید توجه و حمایت افراد اثرگذار در این صنعت را جلب کنید که از احترام زیادی میان دیگران برخوردار هستند.

داشتن ارتباط با افراد موفق و تاثیرگذار موجب می‌شود نامتان سر زبان‌ها بیفتد و بهتر شناخته شوید. این موضوع حتی در جذب مشتری و شریک‌کاری نیز اثر مثبتی خواهد داشت. به‌خصوص در حال حاضر که بیشترین جذب مشتری با کمک فضای مجازی اتفاق می‌افتد، توجه به این مساله بسیار مهم است. معرفی شدن برندان به واسطه افراد تاثیرگذار در جامعه هدف، روند بازاریابی شما را به طرز چشمگیری سرعت می‌بخشد؛ زیرا مردم زمانی که نام برند جدیدی را از فردی که به آن اطمینان دارند یا مورد قبولشان است بشنوند، راحت‌تر به آن اعتماد خواهند کرد.

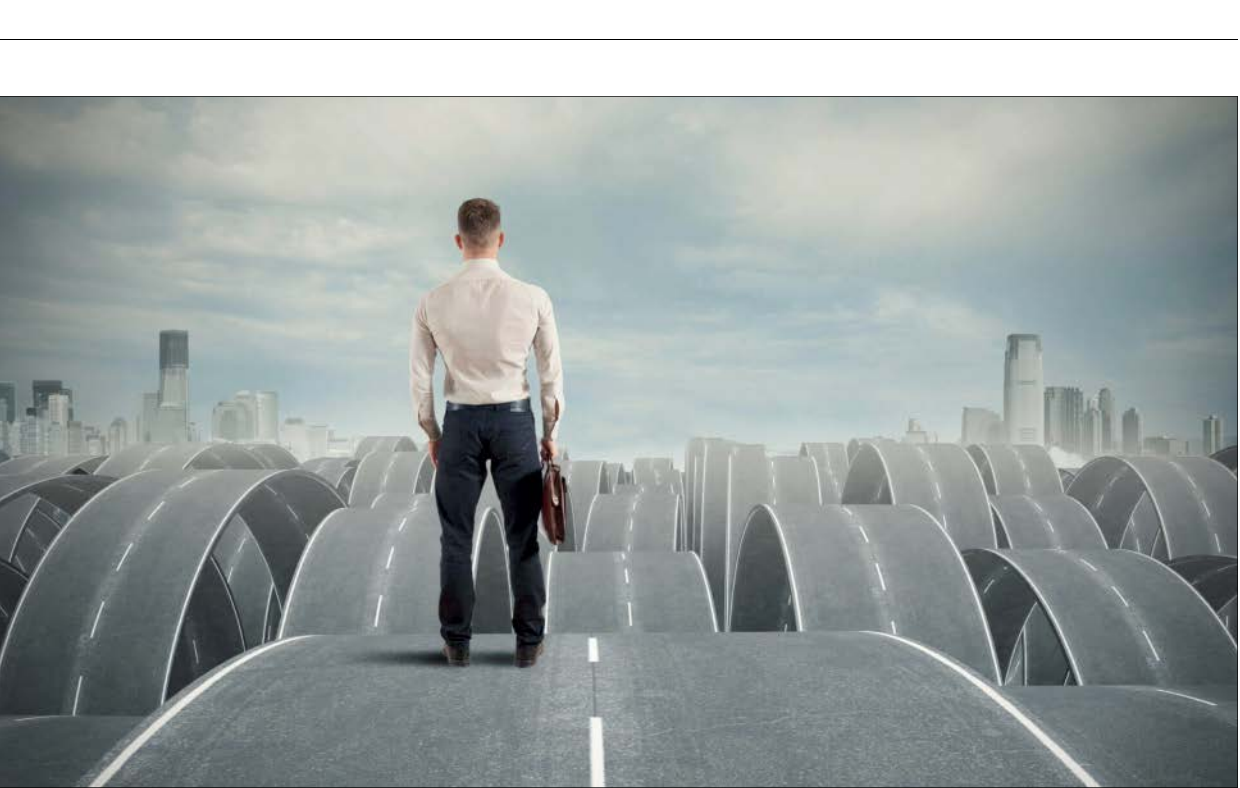
برای ایجاد شبکه‌های ارتباطی، خود به‌دنبال پیدا کردن افراد تاثیرگذار یا صاحبان مجموعه‌هایی باشید که نقاط مشترکی با آنها و دیدگاه مشابهی دارید. در این حالت، ایجاد ارتباط خیلی آسان‌تر خواهد بود و به صورت طبیعی شکل خواهد گرفت و به اجبار ارتباط برقرار نخواهید کرد. در روند ارتباط نیز فقط به این فکر نکنید این فرد چه کاری می‌تواند برایتان بکند. اجازه دهید رابطه روند طبیعی داشته باشد و بیشتر به این فکر کنید شما چه کاری برایشان می‌توانید انجام دهید. در مجموع، کارآفرینی به معنای عبور از چارچوب‌ها و متحول کردن صنعت یا دیدگاه‌های اخلاقانه و جدید است. پس هیچ‌گاه ایده‌های خود را به خاطر این که سرشته‌ای در آن حوزه ندارید، کنار نگذارید. با کمک همین موارد ساده، کمبودهای خود را جبران کنید و هر جاکه احساس می‌کنید به کمک نیاز دارید از افراد مورد اطمینان و خبره کمک بگیرید. همیشه یادتان باشد، ظرفیت‌های انسان بسیار فراتر از حد تصور ماست.



تجربه کرده است. به گونه‌ای که اکنون در میان یکه‌تازان و برترین‌های دنیا جای گرفته‌ایم. مشاور رئیس بنیادملی نخبگان با بیان این‌که در این رتبه‌بندی هفت شاخص اصلی مورد بررسی قرار گرفته گفت: در رتبه‌بندی نوآورترین کشورهای جهان توسط بلومبرگ به هر کشور با توجه به این شاخص‌ها امتیازی از صفر تا ۱۰۰ ارائه

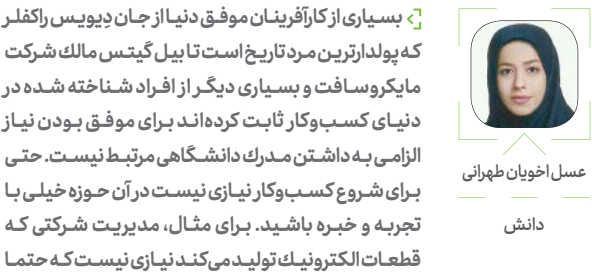
### ایران با صعود ۲ پله‌ای در جمع نوآوران جهان قرارگرفت

دبیرستاد فرهنگسازی اقتصاددانش بنیان از صعود دو پله‌ای ایران و قرار گرفتن در رتبه ۴۷ نوآورترین کشورهای جهان براساس گزارش شاخص نوآوری بلومبرگ در سال ۲۰۱۹ خبر داد. پرویز کرمی، مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهور گفت: جایگاه ایران از نظر توسعه فناوری رشد خارق‌العاده‌ای در هفت سال گذشته



# ۴ فرمول موفقیت بدون مدرک دانشگاهی!

راهکارهایی برای شروع کسب‌وکاری که در مورد آن اطلاعات زیادی ندارید



به تمام اصول و جزئیات مدارهای الکترونیکی مسلط باشد. اگر احساس می‌کنید باید حتماً پیش از شروع کسب‌وکاری چند سال در آن زمینه فعالیت کرده باشید، به این فکر کنید که (استیو جابز و مایکل دل،

بسیاری از کارآفرینان موفق دنیا از جان دیویس راکفلر که پولدارترین مرد تاریخ است تا بیل گیتس مالک شرکت مایکروسافت و بسیاری دیگر از افراد شناخته شده در دنیای کسب‌وکار ثابت کرده‌اند برای موفق بودن نیاز الزامی به داشتن مدرک دانشگاهی مرتبط نیست، حتی برای شروع کسب‌وکار نیازی نیست در آن حوزه خیلی با تجربه و خبره باشید. برای مثال، مدیریت شرکتی که قطعات الکترونیک تولید می‌کند نیازی نیست که حتماً

## شیرجه عمیق برای ورود به صنعت

برای فروختن محصول لازم نیست از ریزترین جزئیات مراحل تولید آن مطلع باشید. اما برای این که بتوانید در بازاری که وارد آن شده‌اید موفق عمل کنید، باید نبض بازار و صنعت را به خوبی بشناسید. باید نیاز بازار را بشناسید و بدانید سردمداران این حوزه موفق به تولید چه محصول یا خدمات مورد انتظاری نشده‌اند و چگونه می‌توانید با ورودتان تحولی در شرایط فعلی بازار ایجاد کنید.

اگر حس می‌کنید اطلاعات کافی در این حوزه ندارید یا نمی‌توانید از فناوری‌های روز دنیا به خوبی برای توسعه کسب‌وکارتان استفاده کنید، بهتر است از منتوری (مربی) که به خوبی با فضای استراتژی‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای موجود آشناست، کمک بگیرید. علاوه براین، شرکت در کارگاه‌های آموزشی کارآفرینی یا عضویت در مجموعه‌های آموزشی کسب‌وکار و استفاده از دوره‌ها و سخنرانی‌های آموزشی که برگزار می‌کنند نیز می‌تواند کمک شایانی به افزایش توانمندی‌تان کند.

نکته‌ای که باید در این مسیر همواره مدنظرتان باشد، سختکوشی و پشتکار است. هیچ وقت با جواب‌های سطحی قانع نشوید. گرچه قرار نیست برای کاری که می‌خواهید انجام دهید مدرک دانشگاهی بگیرید، اما باید درک عمیقی از آنچه قرار است انجام دهید داشته باشید و فقط به دید کلی بسنده نکنید. به‌عنوان مثال، اگر قرار است وارد دنیای پوشاک شوید، تمام تلاش‌تان را بکنید تا می‌توانید در مورد زنجیره‌های بازار پوشاک، از محل خرید مواد اولیه مورد نیاز تا بهترین تجهیزات دوخت و ... اطلاعات کسب کنید.

## استخدام فردی که بتواند آنچه را شما نمی‌توانید، انجام دهد

زمانی که کسب‌وکاری را شروع می‌کنید، بهتر متوجه می‌شوید چه مواردی در نمی‌دانید یا از پس چه کارهایی بر نمی‌آیید. زمانی که دورنمایی برای کسب‌وکارتان متصور می‌شوید، مشخص می‌کنید قرار است چه نیازی از مشتری را برطرف کنید، اما از این لحظه به بعد باید بتوانید نیروهایی را وارد مجموعه کنید که بتوانند به خوبی دیدگاه شما را درک و طرح شما را برای تولید محصول یا ارائه خدمات با همان کیفیتی که مد نظرتان است، عملیاتی کنند. برای مهارت‌های مورد نیاز در کسب‌وکارتان فهرستی از کارهایی که در آن ماهر هستید، کارهایی که به تنهایی قادر به انجامشان نیستید و مواردی که هیچ سر رشته‌ای در موردشان ندارید، تهیه کنید. با کسانی که در این زمینه اطلاعاتی دارند، مشورت کنید که برای چه مهارت‌ها و تخصص‌هایی باید افرادی را در مجموعه خود استخدام کنید تا به موفقیت بیشتر شما در این دنیای جدید منجر شود.

براساس نظرسنجی‌های انجام شده، نزدیک به ۷۵ درصد مدیران معتقدند افراد نامناسبی را برای جایگاه‌های شغلی مجموعه خود استخدام کرده‌اند و این موضوع موجب آسیب‌هایی در کسب‌کارشان شده است. همواره به دنبال افراد سختکوشی باشید که انگیزه کافی برای انجام وظایف شغلی خود دارند.

بسته به نوع تخصصی که نیاز دارید و حجم کار، می‌توانید برخی موارد را به نیروهای کار آزاد یا تیم‌های تخصصی برون‌سپاری کنید. روش دیگر داشتن شریک کاری است. می‌توانید با فردی متخصص وارد شراکت شوید تا او مسؤولیت کارهای تخصصی را به‌عهده بگیرد و شما روی تجاری‌سازی و بازاریابی محصولتان متمرکز شوید. از هر روشی که نیاز خود را به برخی مهارت‌ها برطرف می‌کنید، باید بسیار سختکوش و صبور باشید. در زمان استخدام نیروهای مد نظرتان، علاوه بر داشتن تخصص مورد نیاز به ویژگی‌های اخلاقی نیز توجه کنید. به دنبال فردی باشید که بتواند به خوبی با شما و مجموعه کاری‌تان هماهنگ شود.

آورده یا یک محصول فناورانه خارجی را در داخل کشور مهندسی معکوس کرده‌اند و اکنون به دانش فنی آن احاطه دارند و در آخر نیز ممکن است به انتقال فناوری همراه با نوآوری دست زده باشند.

شرکت‌های عادی که در هر کدام از زمینه‌های گفته شده فعالیت داشته‌اند، اطلاعات و درخواست خود را در پایگاه اینترنتی مربوط ثبت می‌کنند تا کارگروه ارزیابی و تشخیص صلاحیت شرکت‌ها و موسسات دانش بنیان اقدام به بررسی و تأیید ادعای آنان کنند. فارغ از مزایایی که دانش بنیان شدن شرکت‌ها برای آنان به‌همراه دارد، ضریب ایمنی استراتژیک کشور را نیز افزایش می‌دهد، زیرا با بومی‌سازی فناوری‌های مهم و اساسی که همواره پاشنه آشیل تحریم‌های ظالمانه بیگانگان بوده است، وابستگی به غیر روز به روز کمتر و کمتر خواهد شد.

به گفته رئیس امور شرکت‌ها و موسسات دانش بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اکنون بیش از هزار شرکت در صف دریافت مجوز دانش بنیان هستند که این موضوع نویدبخش گسترش زیست‌بوم فناوری در کشور است .

### به چه شرکتی «دانش بنیان» گفته می‌شود؟

هیچ شرکتی از ابتدای امر در ذیل مجموعه شرکت‌های دانش بنیان نیست حتی اگر سال‌ها به تولید محصولات فناورانه در داخل کشور پرداخته باشد. هرگاه در شرکت یا موسسه‌ای ثروت در خدمت علم، اقتصاد بر پایه دانش فنی و محصولات بر چرخ نوآوری و اختراع باشد، می‌توان انتظار داشت فرآیند ارزیابی برای دانش بنیان شدن را با موفقیت پشت سر بگذارد.

تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه متخصصان و پژوهشگران و شرکت‌ها که گاهی نادیده گرفته می‌شوند، خود می‌تواند سرآغاز ورود به دانش بنیانی باشد. به زبان ساده می‌توان گفت شرکت‌های دانش بنیان یا خود دارای دانش خاصی هستند که طی تحقیق و پژوهش و طراحی داخلی به‌دست

