



و به روز داشته باشد. ولی چطور می‌توان این محتوا را همیشه تازه نگه داشت؟ مسلماً هر محتوایی پس از مدتی کهنه می‌شود، اما توجه کنید که این تازگی باید به نظر کاربر بیاید و با ترفندهایی می‌توان به این مهم دست یافت. مثلاً می‌توانید هزارگانهی تصاویر سایت را به‌روز کنید، چرا که اولین چیزهایی هستند که به چشم کاربر می‌رسند. یا اگر مطالب اصلی سایت را دست نمی‌زنید، وبلاگ را مرتب و به‌روز نگه دارید. علاوه بر این، هر از گاهی می‌توانید تصویر یا ویدئوی جدیدی از محصولاتتان بگذارید یا حتی با برگزاری مسابقه یا پویشی با مشتریان خود ارتباط برقرار کنید.

۵ تصویر معمولی

این موضوع یکی از مواردی است که کمتر در بحث تجربه کاربری به آن پرداخته شده است. اگر شما هم جزو طراحانی هستید که اولین تصویری را که در جست‌وجوی گوگل پیدا می‌کنید در سایتتان قرار می‌دهید، مراقب باشید! تحقیقات سایت nn/g نشان می‌دهد کاربران به تصاویر و عکس‌های حاوی «اطلاعات مرتبط» توجه نشان می‌دهند، اما بی‌توجه از کنار تصویری که تنها برای پر کردن فضای سایت‌ها در نظر گرفته شده، می‌گذرند. اگر یک فروشنده تصویری متفرقه و بی‌ارتباط به محصول را به مشتریان نشان دهد، واقعا باید انتظار موفقیت داشته باشد؟ تصاویر وبسایت‌ها برای پر کردن فضا نیستند. کاربران آنها را می‌بینند و اگر خاص و مرتبط با محتوا باشند، در تجربه آنها از سایت هم اثر مثبتی خواهد داشت. در غیر این صورت، تنها یک المان گرافیکی دیگر هستند که بیکار در فضای سایت شما جا خوش کرده‌اند و باعث بدتر شدن تجربه کاربران می‌شوند.

۶ فروش اجباری

برخی سایت‌های فروش آنلاین برای افزایش درآمد، به محض ورود کاربر تمام تلاش‌شان را به کار می‌گیرند تا او را به سمت ساخت حساب کاربری و خرید هل دهند. درست مثل فروشنده بی‌ملاحظه‌ای که به مشتری‌اش فرصت تصمیم‌گیری نمی‌دهد. درست است که هدف وبسایت کمک به بازاریابی و فروش محصول است، اما نباید کاربر را در زیر پیشنهادهای خرید و فرم‌های مختلف دفن کنید! تبلیغ کنید و چیزهایی را که باید، نشان کاربر دهید، اما به او فرصت و فضا برای فکر و تصمیم‌گیری هم بدهید تا با علاقه به سمت خرید محصول یا خدماتتان حرکت کند. یک تجربه کاربری خوب، تجربه‌ای است که حس اجبار از سوی سایت نداشته باشد. باید به بازدیدکنندگان اجازه داد یک مسیر طبیعی را طی کنند و خودشان به تصمیم برای خرید برسند. فراموش نکنید که سایت را در نهایت برای کاربران می‌سازید. بنابراین کاربر باید حس کند آنچه نیاز دارد در اختیارش قرار داده می‌شود. در مقابل، هرچه بیشتر به سمت تحمیل یک مسیر به کاربر بروید، بیشتر او را زده می‌کنید که این کاملاً عکس‌هدفی است که سایت را به خاطرش ساخته‌اید.

دلیل اصلی موفقیت
گول‌هایی مثل گوگل،
فیس‌بوک و آمازون
تجربه کاربری منحصر به
فردی است که
ارائه می‌دهند



چه عواملی باعث خلق تجربه کاربری نامناسب برای کاربران می‌شوند؟

عناصر نامطلوب

وبسایت‌ها امروزه یکی از اصلی‌ترین ابزارهای برندسازی برای کسب‌وکارها محسوب می‌شوند و رمز موفقیت هر وبسایتی بدون شک ارائه یک تجربه کاربری مطلوب و جذاب است. در نتیجه تعجبی ندارد که طبق نتایج یک تحقیق که اخیراً منتشر شده، نزدیک به ۷۸ درصد از شرکت‌های مورد بررسی اعلام کرده‌اند تلاش می‌کنند بهترین تجربه کاربری آنلاین ممکن را برای مشتریان خود ایجاد کنند. با این وجود، با کمی گشت و گذار در اینترنت، شاهد انبوهی از وبسایت‌های شرکت‌های مختلف هستیم که بازدید از آنها و تعامل با خدمات‌شان به هیچ عنوان تجربه برای ارزیابی تجربه کاربری وبسایت خود انجام نمی‌دهند. نبود ارزیابی کیفی یعنی کشف نشدن مشکلاتی که باعث می‌شوند کاربران علاقه‌ای به حضور در وبسایت شما نداشته باشند. اما برای اجتناب از تکرار این اشتباهات، اول باید با رایج‌ترین آنها آشنا شوید.



محمدصادقی

محقق سیستم‌های تعاملی

۷ مواد لازم برای یک تجربه ناگوار

همان‌طور که گفتیم عوامل بسیاری می‌توانند به خلق یک تجربه کاربری نامناسب و در نتیجه رویگردانی مشتری‌های احتمالی شما منجر شوند. آنچه در ادامه می‌خوانید فهرستی از مهم‌ترین اشتباهات پرتکراری است که در طراحی تجربه کاربری وبسایت کسب‌وکارها دیده می‌شوند و اگر کسب‌وکار آنلاین یا وبسایت دارید باید به هر قیمت از آنها دوری کنید.

۱ کند و سنگین

سنگینی بیش از حد و کند بالا آمدن وبسایت یکی از اصلی‌ترین مسائلی است که می‌تواند کاربران را از سایتی زده کند. کاربری را تصور کنید که واقعا علاقه‌مند کسب اطلاعات بیشتر درباره محصولات یا خدمات شماست، ولی وبسایت شرکت عملاً با او همراهی نمی‌کند! در بهترین حالت، این مشتری احتمالی منتظر می‌شود تا سایت شما بالا بیاید، اما به احتمال بیشتر از ادامه کار منصرف خواهد شد. در طراحی و پیاده‌سازی وبسایت‌ها سرعت بارگذاری را بسیار جدی بگیرید، حتی اگر به قیمت چشم‌پوشی از برخی ایرادهای جزئی باشد. کاربر شاید به راحتی از ایرادهای یک بخش یا حتی یک صفحه از سایت بگذرد، اما حس خوبی از تلف شدن وقتش نخواهد داشت.

۲ پیچیدگی‌های بی‌مورد

ضرب‌المثل «لقمه دور سر چرخاندن» را شنیده‌اید؟ این همان حسی است که کاربران برخی وبسایت‌ها پس از کار کردن با آنها پیدا می‌کنند. مساله اینجاست که گاهی طراحان برای این‌که خلایق‌شان را به رخ بکشند، وبسایت را پر از المان‌های طراحی و گرافیکی می‌کنند، بدون آن‌که به یک نکته مهم توجه داشته باشند: هر چیز اضافه‌ای که ضرورتی برای کارکرد ندارد احتمالاً تنها باعث دردسر کاربران خواهد شد! این طراحان «خلق» به جای آن‌که سایت را برای کاربران دسترس‌پذیرتر کنند، در واقع دسترسی آنها به اطلاعات مورد نیازشان را سخت‌تر می‌کنند. این به آن معنی نیست که سایت‌ها نیازی به زیبایی بصری ندارند، اما کاربردی بودن اولویت بالاتری دارد.

۳ کسل‌کننده نباشید

هیچ‌کس وبسایت‌های کسل‌کننده را دوست ندارد! به خصوص وقتی صدها یا هزاران سایت مشابه و گاه بهتر وجود دارد. در نگاه نخست، این نکته شاید در تضاد با اصل اجتناب از پیچیدگی به نظر برسد، اما نباید جذابیت را مساوی با جلوه‌های بصری یا پیچیدگی ظاهری در نظر بگیریم. وبسایتی برای کاربران جذاب است که با علاقه از آن بازدید کنند و در آن بچرخند. این جذابیت الزاماً با افزودن عناصر گرافیکی و لایه‌های متعدد به رابط کاربری حاصل نمی‌شود، بلکه با نگاه دقیق‌تر به طراحی تجربه کاربری و با تغییراتی کوچک هم قابل دسترسی است. برای مثال می‌توانیم به وبسایت thinkpixellab.com اشاره کنیم که به‌غایت ساده و با حداقل شلوغی ساخته شده است. با این حال فضای آن، آن‌قدر جذاب طراحی شده که حتی اگر مشتری خدمات‌شان هم نباشید، زمانی را صرف نگاه کردن به بخش‌های مختلف آن خواهید کرد.

۴ محتوای تاریخ‌گذشته

وبسایت‌هایی که محتوایشان به‌روز نیست، مثل نان بیاتی هستند که صرفاً برای رفع گرسنگی به کار می‌آیند. وبسایتی می‌تواند موفق باشد که محتوایی تازه



هر چیز اضافه‌ای
در سایت که ضرورتی
برای کارکرد مورد نظر
آن ندارد، احتمالاً تنها
دردسری برای کاربران
خواهد بود! آگاه طراحان
«خلق» به جای آن‌که
سایت را برای کاربران
دسترس‌پذیرتر کنند
در عمل دسترسی
به اطلاعات مورد
نیازشان را سخت‌تر
می‌کنند