



# ملخص المحاضرة 07 مرحلة الاختبار

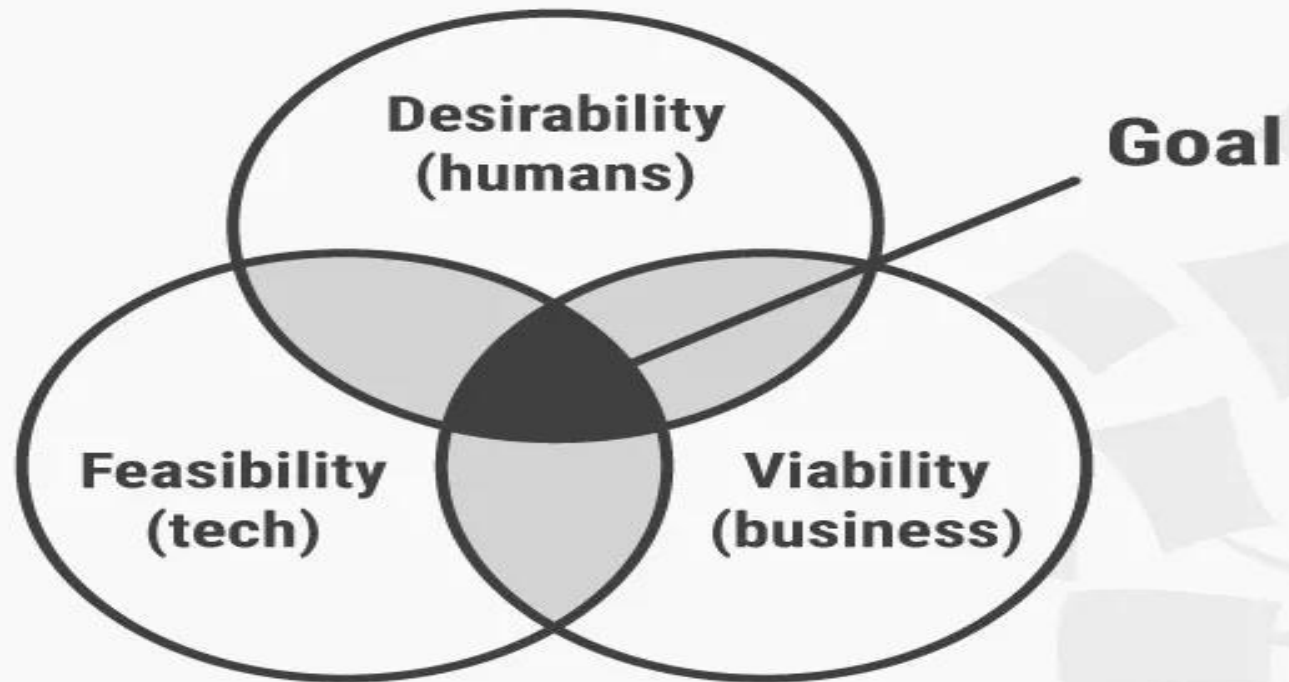
DR.NAWEL BRAHIMI

- ▶ يهدف الاختبار إلى: ما إذا كان تصميمك أو منتجك يحل بنجاح المشكلة التي شرعت في حلها، بناءً على بياناتك. يتعلق كل شيء بالتجربة والخطأ، مما يعني أنها عملية مستمرة قد تحتاج إلى عدة مراحل من المراجعات.
- ▶ عادةً ما يُطلب من المستخدمين إكمال المهام، أثناء ملاحظتهم في مرحلة اختبار التفكير في التصميم.
- ▶ إذا واجه العديد من الأشخاص مشاكل مماثلة، فمن الآمن القول إن هذه هي الجوانب التي تحتاج إلى مزيد من العمل.
- ▶ خلال عملية اختبار، لديك فرصة مثالية لإخراج منتج إلى العالم، واختباره في الحياة الواقعية، واختباره في الوقت الفعلي. خلال هذه المرحلة، سيكون لديك دليل ملموس على ما إذا كنت قد قمت بتأطير المشكلة بشكل صحيح وحلها.

## فوائد مرحلة الاختبار

- ▶ هو ضمان تحسين التصميم للمستخدمين. يمكن أن تكون التعليقات المتحصل عليها من المستخدمين الفعليين هي الفرق بين التصميم الناجح أو الفشل الكامل.
- ▶ قد يكشف الاختبار عن مشاكل كبيرة ربما تم تجاهلها بدون تعليقات المستخدم. يمكن لهذه الاكتشافات والتغييرات الكشف عن المشكلات التي ستسمح لك بتحويل تصميمك إلى منتج من فئة الخمس نجوم.
- ▶ . ضع في اعتبارك أن خطوات اختبار التفكير في التصميم تدور حول التجربة والخطأ، مما يعني أنها عملية مستمرة قد تحتاج إلى عدة مراحل وخطوات من المراجعات.
- ▶ الاختبار أمر بالغ الأهمية لنجاح مشروعك.

# The End Goal: Desirable, Feasible and Viable Solutions



▶ تتبع عملية التفكير في التصميم تسلسلاً ثابتاً من الخطوات، ولكن لها نقطة نهاية مثالية. الهدف النهائي لكل مشروع تفكير تصميمي هو حل مرغوب فيه وممكن عملياً وقابل للتطبيق.

▶ الرغبة تركز على الناس.

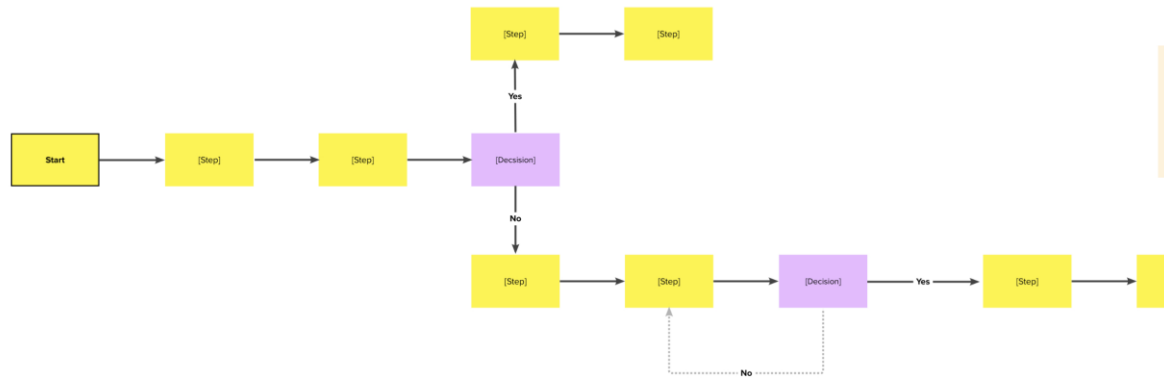
▶ الجدوى تتعلق بالتكنولوجيا

▶ تدور الجدوى حول ما إذا كان حل التصميم الخاص بك يعمل كعمل تجاري.

▶ عندما تكون قادرًا على إنشاء نموذج أولي (أو منتج أو خدمة نهائية) يلبي الرغبة والجدوى واختبارات الجدوى، تكون قد صممت حلاً سيؤثر على الأشخاص من حولك للأفضل، وهو حل سيستمر في تحسين الحياة في السنوات القادمة.

# الرسم التخطيطي

▶ يتضمن هذا النوع من النماذج الأولية رسم مخطط أو مخطط لإظهار كل خطوة في عملية أو جزء من المنتج. يمكن أن تكون المخططات التخطيطية بسيطة مثل بضعة أسطر ونصوص وسهام تعمل كمخطط لكيفية عمل التصميم



# نمذجة المظهر

في نمذجة المظهر، ستقوم بتبادل الأفكار والتخطيط للسمات العاطفية والبصرية لتصميمك النهائي. ستريده أن يبدو مثل الشيء الحقيقي قدر الإمكان، مع تفاصيل حول الاتصال العاطفي الذي تريد أن يكون لدى المستخدمين النهائيين مع التصميم. نظرًا لأن ممارسة النماذج الأولية هذه تركز على الجماليات والشعور، فهي مناسبة لمبادئ التفكير في التصميم المتمحور حول الإنسان



## Appearance modeling

Use this framework to consider the visual and emotional attributes of your proposed solution to build a pre-production prototype that represents the look and feel of your design.

















Created in partnership with  
**LUMA INSTITUTE™**



### Conceptualizing and modeling

Start by naming the concept. Define the qualities you want the model to have and roughly sketch up a few options. Using the sketches as inspiration, develop a realistic appearance model for the concept. Upload a visual of the appearance model.

INITIAL CONCEPT  
[Name of the idea or concept to develop]

Visual qualities	Emotional qualities	Color palette	Sample materials
 Select a set of qualities that you want to include in your design.	 Select a set of qualities that you want to include in your design.	 Select a set of colors that you want to include in your design.	 Select a set of materials that you want to include in your design.
			
			
			
			

Sketch 1

Sketch 2

**TIP**  
Sketches can be drawn digitally or uploaded from physical hand-drawn sketches. Think about materials and ways of creating the model as you are sketching.

# الحد الأدنى من المنتج القابل للتطبيق MVP

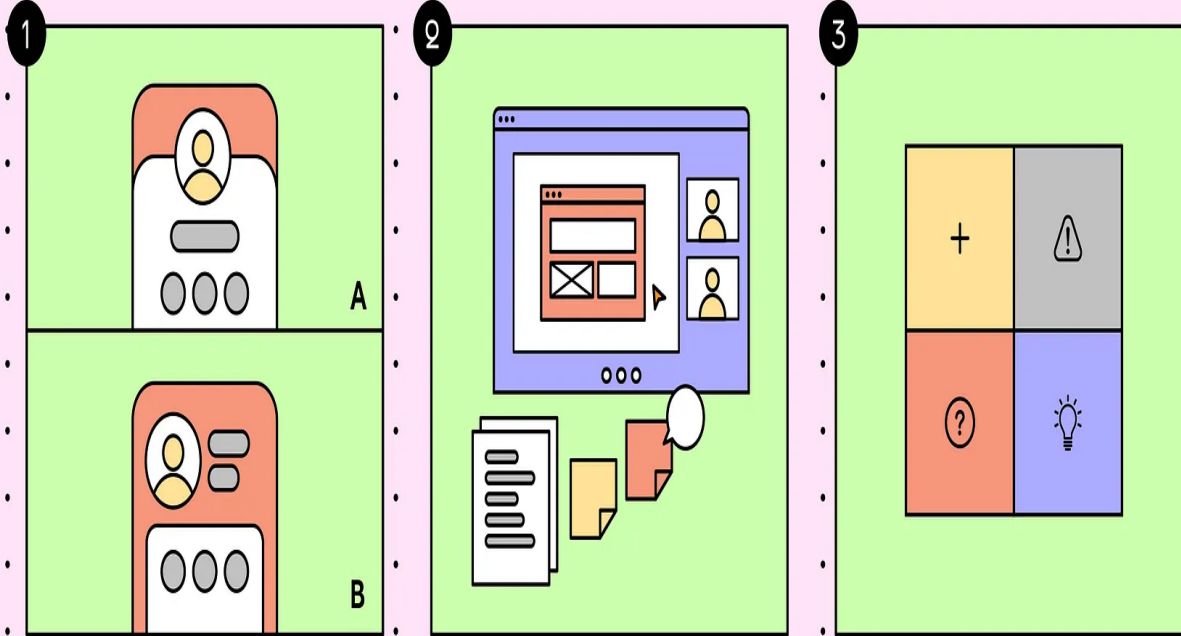
- ▶ هو أبسط إصدار من المنتج أو الخدمة أو الوظيفة للحصول على التحقق من صحة السوق لعرض القيمة.
- ▶ يهدف إلى تجنب المخاطر ويوفر منصة للتحقق من صحة المنتج. كما أنه يفصل الأفكار عن التنفيذ والنظرية عن الممارسة والتجريد من الخرسانة.
- ▶ نموذج الحجم
- ▶ يتم استخدام تمثيل ثلاثي الأبعاد لمنتج بمستويات دقة متفاوتة لأخذ الفكرة وتحويلها إلى شيء ملموس.



► بعد بناء النموذج الأولي، نختبره مع المستخدمين المحتملين. تساعدنا التعليقات من هذه الاختبارات على تحسين وجهة نظرنا حول المشكلة والمستخدم. هذا يجعلنا ننظر إلى الوراء إلى مرحلتي «الفهم» و «الملاحظة» لاكتساب وجهة نظر جديدة.

► في هذه المرحلة، سنلقي نظرة على بعض الأساليب الأكثر شيوعًا لإجراء اختبارات على نماذجنا الأولية لاكتساب رؤى. لفهم أفضل متى يتم استخدام الطريقة التي يتم تصنيفها عادةً في إطار ثلاثي الأبعاد: «الموقف مقابل السلوك» و «النوعية مقابل الكمية» و «سياق استخدام المنتج». تخدم كل طريقة غرضًا محددًا ويمكن أيضًا استخدامها في مراحل مختلفة من رحلة التصميم.

# اختبار A/B



► هو طريقة يتم من خلالها مقارنة نسختين من صفحة الويب أو واجهة التطبيق أو ميزات المنتج الأخرى عن طريق تقديمها بشكل عشوائي للمستخدمين لتحديد الأداء الأفضل.

► تتضمن هذه العملية عرض نوعين مختلفين (A و B) للمستخدمين في نفس الوقت، ثم استخدام بيانات تفاعل المستخدم لتقييم الإصدار الذي يحقق هدفًا محددًا مسبقًا بشكل أكثر فعالية، مثل ارتفاع معدلات المشاركة أو التحويل

# اختبار قابلية الاستخدام

- ▶ تتضمن هذه الطريقة مراقبة المستخدمين الذين يحاولون إكمال المهام باستخدام المنتج. ويهدف إلى تحديد قضايا قابلية الاستخدام وجمع البيانات النوعية والكمية لإرشاد وتحسين تجربة المستخدم.
- ▶ هناك العديد من طرق اختبار قابلية الاستخدام واختيار الطريقة المناسبة يعتمد على أهدافك ومواردك وجدولك الزمني.

# شبكة التقاط التعليقات

- ▶ شبكة التقاط التعليقات هي طريقة لجمع وتنظيم التعليقات أثناء اختبار قابلية الاستخدام أو مراجعات التصميم. يتكون من أربعة أرباع لتصنيف التعليقات: ما الذي نجح، ويحتاج إلى التحسين، والأفكار، والأسئلة. إليك نموذج FigJam للبدء بسرعة بواحد.
- ▶ تساعد هذه الأداة في التقاط الأفكار، ومساعدة فرق التصميم على تحديد مجالات التحسين والابتكارات المحتملة، وتوضيح أي شكوك حول تصميم المنتج أو وظيفته.