

التفكير التصميمي



المحتويات

عنصر الاكتشاف

عنصر الفهم

مقدمة

عنصر التحقيق

نحن نعيش في عالمٍ أصبح فيه "التصميم" شيئًا كبيرًا، سواءً في قيمته المتصورة أو الفعلية. فقد أصبح التصميم روح العصر في جيلنا، حيث يُعد التصميم ذا قيمةٍ كبيرةٍ ومهمّةٍ في حياتنا الشخصية والمهنية على حدٍ سواء. فمثلًا من التطبيقات التي نستخدمها في حياتنا اليومية من خلال الهاتف الذكي، مرورًا بالأدوات التي تُستخدم في المنزل، كلّ تلك الأشياء صمّمت لك من قِبَل المبدعين على أمل أن توفر نوعًا من القيمة لحياتك. لتُكون هذه التساؤلات:

• هل قدمت قيمة؟

• هل جعلت العملية سهلة أو وفرت عليك الوقت؟

ما هو التفكير التصميمي؟

هو عملية تكرارية تسعى فيها لفهم المستخدم وتحدي الافتراضات وإعادة تحديد المشكلات، في محاولةٍ لتحديد الاستراتيجيات والحلول البديلة التي قد لا تكون واضحة على الفور مع مستوى تفاهمنا الأولي، وفي الوقت نفسه يوفر قائمةً على الحلول للمشكلات.

لماذا التفكير التصميمي؟

01 يدور حول اهتمامٍ عميقٍ بتطوير فهم الأشخاص الذين نصمم المنتجات أو الخدمات من أجلهم.

02 يساعد في عملية طرح الأسئلة.

03 يساعد في عملية التطوير المستمرة مع الفئة المستهدفة.

تتضح فائدة التفكير التصميمي في معالجة المشكلات غير المحددة، من خلال:

• إعادة صياغة المشكلة بطرق مركزها الإنسان.

• خلق العديد من الأفكار في جلسات العصف الذهني.

• الاعتماد في النماذج الأولية والاختبارات على نهج علمي موحد.

هناك العديد من المتغيرات لعملية التفكير التصميمي المستخدمة اليوم، وهي تحتوي على ثلاثٍ إلى سبع عناصر. ومع ذلك، فإنّ جميع أشكال التفكير في التصميم متشابهةٌ للغاية.

عناصر إطار التفكير التصميمي

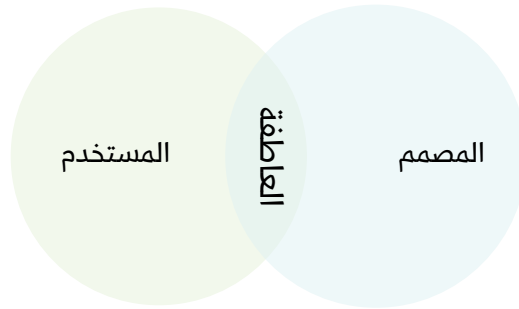


من المهم أن نلاحظ أنّ المراحل ليست متتابعة دائماً. ولا يتعين عليك اتباع أيّ ترتيبٍ محددٍ بالنظر إلى ذلك، يجب ألا تُفهم المراحل كعملية هرمية أو خطوة بخطوة. بدلاً من ذلك، يجب أن تنظر إليه على أنه نظرةٌ عامةٌ على الأوضاع أو المراحل التي تساهم في مشروعٍ مبتكرٍ بدلاً من الخطوات المتسلسلة.

من خلال هذا العنصر نتعرف على مرحلتي **التعاطف والتعريف** وهذا عن طريق البحث والتعاطف والتحدث إلى الخبراء، لفهم من الذين نصمّم من أجلهم. لذلك من المهم تحديد أصحاب المصلحة وإنشاء ملف تعريف المستخدم من خلال التركيز على المستخدم، مثل:

- من هو المستخدم؟
- هل لديك أكثر من مجموعة مستخدم واحدة؟
- بناء مجموعة الديموغرافية الخاصة بك. هل توجد أوجه مشتركة بين مجموعات المستخدمين لديك؟ هل هذه القواسم المشتركة مهمة؟
- ما الجزء من معلومات الملف الشخصي للمستخدم الذي يهتم لخدمة منتجك؟

بعد الحصول على صورة واضحة لملف تعريف المستخدم، حدد التحدي الذي تحاول حله.



◀◀ مرحلة التعاطف:

تخيل أن هدفك هو تحسين تجربة الإعداد للمستخدمين الجدد في هذه المرحلة:

- تتحدث إلى مجموعة من المستخدمين الفعليين.
- راقب مباشرةً ما يفعلونه، وكيف يفكرون، وماذا يريدون.
- اسأل نفسك أسئلةً مثل "ما الذي يحفز أو يشجع المستخدمين؟" أو "أين يشعرون بالإحباط؟".

من خلال الإجابة على الأسئلة يتم جمع الملاحظات التي يمكن أن تبدأ بالتعاطف مع المستخدمين ووجهات نظرهم، حيث أن التعاطف يتطلب القيام بالأبحاث لتطوير المعرفة حول ما يفعله المستخدم وما يقوله وكيف يفكر وبماذا يشعر. لذا فإن التعاطف هو قدرة صاحب المشروع على رؤية الأشياء من خلال أعين العملاء، وإنشاء فهمٍ مشتركٍ لمن يكون العميل وتنمية الوعي بالمشكلة التي يشاهدونها.

خريطة التعاطف:

خريطة التعاطف هي طريقة سريعة لتوضيح مواقف وسلوكيات المستخدمين. بمجرد أن يتم إنشاؤه، يجب أن يكون بمثابة مصدر للحقيقة في جميع أنحاء المشروع وحمايته من التحيز أو افتراضات لا أساس لها. تأكد من إبقاء خرائط التعاطف "نشطة" من خلال تنقيحها وتعديلها أثناء إجراء المزيد من الأبحاث.

جمع البيانات مباشرةً من المستخدم:

عندما يتم ملء خرائط التعاطف مباشرةً من قبل المستخدمين، يمكن أن تعمل كمصدر بيانات ثانوي وتمثل نقطة بداية لملخص جلسة المستخدم. علاوةً على ذلك، قد يقوم القائم بإجراء المقابلة بتجميع المشاعر والأفكار من المقابل الذي كان سيظل مخفيًا. كما يساعد على توضيح ما نعرفه عن نوع معين من المستخدمين من أجل:

02 المساعدة في صنع القرار.

01 خلق فهم مشتركٍ لاحتياجات المستخدم.

أنواع التعاطف:

تعاطف تقليدي

دائرة القول: تحتوي على ما يقوله المستخدم بصوت مرتفع في مقابلة أو دراسة أخرى حول قابلية الاستخدام.

دائرة التفكير: تجسد ما يفكر فيه المستخدم طوال التجربة. أسأل نفسك ما الذي يشغل أفكار المستخدم؟ ماذا يهم المستخدم؟ حاول أن تفهم لماذا يترددون في المشاركة، هل هم غير متأكدين أو متبهرين أو مهذبين؟

دائرة الفعل: تحيط بالإجراءات التي يتخذها المستخدم. من البحث، ماذا يفعل المستخدم جسدياً؟ كيف يذهب المستخدم عن القيام بذلك؟

دائرة الإحساس: هي الحالة العاطفية للمستخدم، والتي يتم تمثيلها في كثير من الأحيان كصفةٍ بالإضافة إلى جملةٍ قصيرةٍ للسياق. أسأل نفسك: ما الذي يقلق المستخدم؟ ما الذي يثير حماس المستخدم؟

تعاطف ابتكاري

تحديد النطاق والأهداف: البدء بتعيين خريطة تعاطف تخص كل مستخدم

اجمع المواد: التعاطف مع فريق كامل يرسم نفسه فعليك بإنشاء نظام مناسب

اجمع الأبحاث: البحث الذي يغذي خريطة التعاطف وحاجة البحث إلى مدخلات نوعية كجلسات الاستماع

انتقاء الكتلة وتجميعها: يعمل نشاط التجميع على تسهيل المناقشة والمواءمة بمجرد تجميع خريطة التعاطف الخاصة بك

مستخدم واحد/خرائط التعاطف: مساعدة المتخصصين في تجربة المستخدم لفهم جوانبهم والأماكن التي يحتاجونها

« مرحلة التعريف

هي فهم البيانات الخاصة بك وإطار التحدي، وإليك الطرق المناسبة للوصول للتعريف الصحيح للمشكلة أو التحدي:

- تحديد الظروف التي تستحق المشكلة حلها.
- الجمع بين كلّ البحوث ومعرفة مكان وجود مشاكل المستخدمين الخاصة بك، عند تحديد احتياجات المستخدمين؛ ابدأ في إبراز فرص الابتكار.
- حاول صياغة تعريف مشكلتك بطريقة "تدعو إلى" حلولٍ طموحةٍ تستند إلى فهمٍ شاملٍ لسياق المستخدمين والأبحاث الأكاديمية.

ولكي تصل إلى التعريف الصحيح هناك طرق وأدوات تساعدك في هذه المرحلة وهي:

خريطة التحدي

تصميم ورشة عمل

الخريطة الذهنية

مخطط الخدمات أو رحلة المستخدم

النموذج التفاعلي

تحليل SWOT

« مرحلة الفكرة

في هذه المرحلة، يجب عليك تطبيق التفكير المتبادل لاستكشاف التحديات وتطوير العديد من الأفكار للحلول المحتملة. لكن من المهم أن تستكشف العديد من أنواع الأفكار المختلفة حتى الأقل وضوحًا من أجل دفع مفاهيمك حول ما هو ممكن.

« مرحلة النموذج

في هذه المرحلة، حوّل الأفكار إلى نماذج قابلة للاختبار. حيث أن النموذج الأولي يعتبر تمثيلًا ماديًا للفكرة، والتي يمكن أن تنقل ميزات محددة إلى أصحاب المصلحة المعنيين من أجل الحصول على ردود الفعل. وذلك لفهم العناصر التي تعمل بها أفكارك والتي لا تعمل، والبدء في موازنة التأثير مقابل جدوى أفكارك من خلال التعليقات على نماذجك الأولية، وفي هذه المرحلة، تحتاج إلى مواد لبناء نماذجها الأولية، كما تحتاج إلى مواد البيانات كمصدر للمعرفة والإلهام.

أبرز المزايا في النماذج الأولية:

يتيح لك تصميم نماذج تطوير واختبار أفكارك بطريقة ملموسة.

توفير النماذج الأولية عند استخدامها لتطوير واختبار الأفكار من المراحل المبكرة وباستمرار قبل التنفيذ.

يتخذ النموذج الأولي منهجًا تكراريًا لتطوير الفكرة حيث يتطور الأشخاص باستمرار ويغيرون أفكارهم بشكل متزامن مع اختبار النماذج الأولية. بهذه الطريقة يمكن أن يكشف عن جوانب من الأفكار التي قد لا تتحقق بخلاف ذلك.

« مرحلة الاختبار:

بمجرد إنشاء النماذج الأولية الخاصة بك استنادًا إلى الأفكار التي أنتجتها، فقد حان الوقت لجمع تعليقات من الأشخاص الذين تختبرهم. يُعد تحسين كيفية جمع الملاحظات وبالتالي التعلم من النماذج الأولية والمستخدمين ضروريًا لمساعدتك على توفير الوقت والموارد في مراحل النموذج الأولي، واختبار عملية التفكير التصميمي، وتتيح لك السرعة والكفاءة بسرعة من إنشاء نموذج أولي إلى إخراجه لاختباره وجمع الملاحظات.

بعض المؤشرات التي يجب مراعاتها عند التفكير في جمع التعليقات من المستخدمين.

اختبار العديد من إصدارات النموذج الأولي الخاص بك على المستخدمين لجمع التعليقات. يساعد على التماس ردود الفعل النقدية لأن الناس يميلون إلى كبح جماح انتقاد النماذج الأولية.

إذا كنت في المراحل الأولى من مشروع التصميم الخاص بك وتريد فقط الحصول على بعض الملاحظات البسيطة، فسيكون اختبار النماذج الأولية لزملائك في الفريق جيدًا بما يكفي. قُرّب نهاية مشروعك، عندما تصبح النماذج الأولية أكثر تفصيلًا وتقترب من المنتج النهائي؛ ومع ذلك قد ترغب بالتفكير في اختبار مجموعة واسعة من المستخدمين من أجل الحصول على التعليقات الأكثر ملاءمة وفائدة.

عندما تقدم نماذجك الأولية إلى المستخدمين، حاول أن تكون موضوعيًا قدر الإمكان. سلّط الضوء على كلٍّ من الجوانب الإيجابية والسلبية للحل، وأحجم عن محاولة بيع فكرتك. تذكر أن النماذج الأولية والاختبار تتعلق بإيجاد طرق لتحسين فكرتك، وأن بيع فكرتك بشكلٍ مفرطٍ يمكن أن يضر بهذا الهدف.

يجب أن تسمح لمستخدميك بالمساهمة بالأفكار التي تعتمد على نماذجك الأولية. يمكنك سؤال المستخدمين عن كيفية تحسين المنتج أو الخدمة لهم، سيؤدي القيام بذلك إلى تشجيع المستخدمين على تقديم انتقادات مفيدة وكذلك المساعدة في تحسين الحل.

« مرحلة التنفيذ:

- ضع الرؤية حيّز التنفيذ.
- تأكّد من أنّ حلّك يتجسد ويلامس حياة المستخدمين النهائيين.
- هذا هو الجزء الأكثر أهمية في تفكير التصميم، لكنه أكثر ما يُنسى.
- إنها تدور حول أخذ فكرة في رأسك، وتحويل هذه الفكرة إلى شيءٍ حقيقيٍّ وستكون دائماً عملية طويلة وصعبة.
- المرونة - التكيف لتناسب احتياجاتك.
- سوف تشعر أن التنفيذ في غاية السهولة في البداية.
- لا تفكر في الأمر كما لو كان وصفاً خطوة خطوة لتحقيق النجاح.

يمكنك أيضاً تكرار المراحل، غالباً ما يكون من الضروري إجراء تدريب ضمن مرحلة متعددة من أجل الوصول إلى النتيجة المطلوبة للمُضيّ قُدماً مقابل عمليةٍ خطيةٍ بحتة. من الشائع العودة إلى مرحلتَي الفهم، والتعاطف والتوضيح، بعد بناء نموذجٍ أوليٍّ واختباره. ويرجع ذلك إلى أنه لا يتم إعداد نماذجٍ تجريبيةٍ حتى يتم إعداد نماذجٍ مجسمةٍ وتصبح أفكارك حقيقة أنك تستطيع الحصول على تمثيلٍ حقيقيٍّ لتصميمك.



منشآت
monsha'at

الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority