



THINK
S



FEELS

التعاطف



SAYS

محاضرة 03

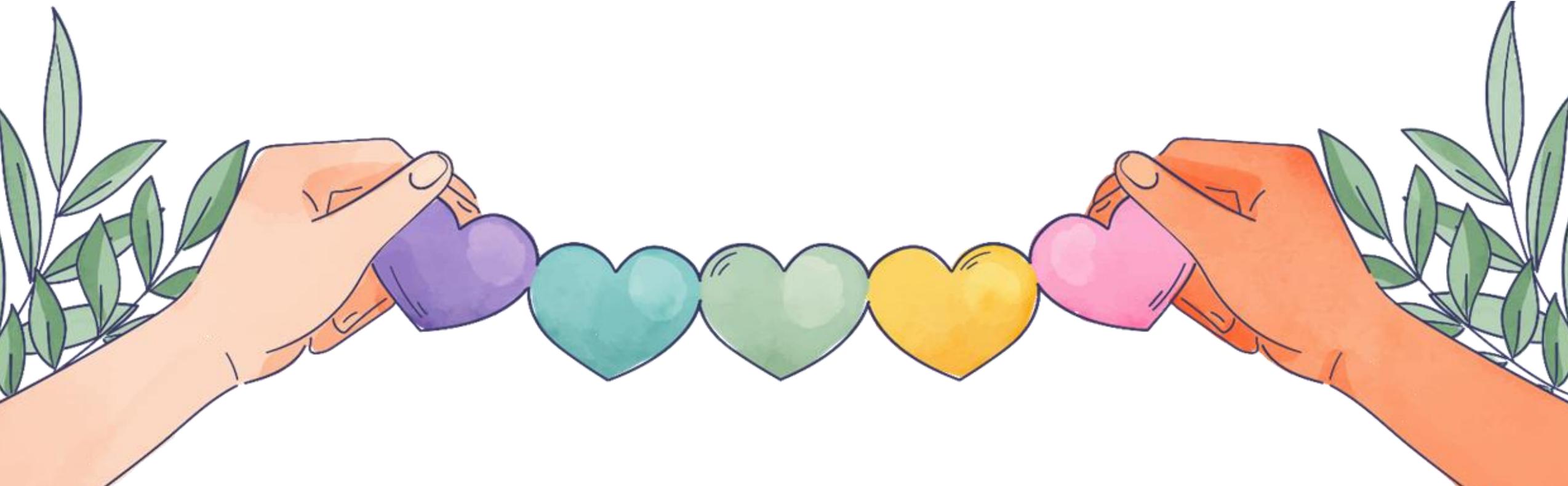


DOES



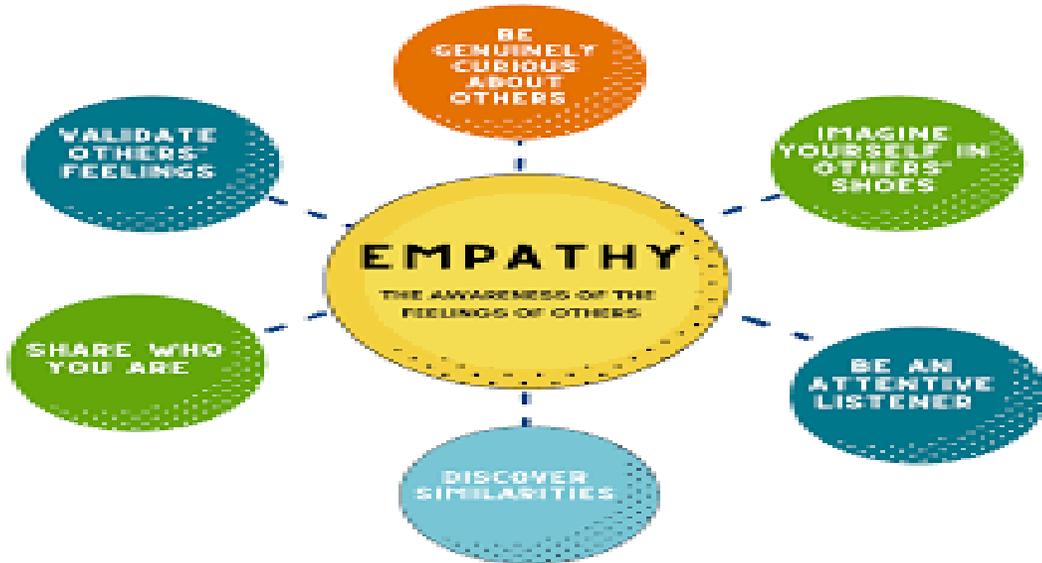
يجب على المنظمة أن تنمي فهمًا عاطفيًا للمشكلة التي تواجهها حاليًا، وأن تنظر في الطرق التي يمكنها من خلالها التعامل معها من وجهة نظر تتمحور حول الإنسان.

سيطلب هذا من الموظفين التفاعل مع الخبراء واكتشاف الحلول من خلال الملاحظة والمشاركة



التعاطف

- يتمثل أحد العناصر الرئيسية في تنحية الافتراضات جانبًا والبحث عن أشياء جديدة يمكن تعلمها من الأشخاص الذين يواجهون المشكلة بالفعل، ومعرفة ما يمكن أن يحل المشكلة المطروحة بالضبط.



خطوات التعاطف

تحديد المستخدمين وفهم احتياجاتهم
التركيز على "الاحتياجات والرغبات المحددة لهؤلاء المستخدمين

مراقبة سلوكيات المستخدم في السياق للحصول على رؤى قيمة حول سلوكيات المستخدم، يمكن
للمصممين استخدام مجموعة من طرق البحث الإثنوغرافي

إنشاء شخصيات لفهم احتياجات المستخدم وسلوكياته ودوافعه بشكل أفضل

أدوات التعاطف

- أدوات التعاطف هو مصطلح يستخدم لوصف الأشياء المادية والتقنيات المعرفية أو الاجتماعية التي تزود المصممين بشعور وفهم أعمق للمستخدمين ذوي القدرات المختلفة. من خلال التصميم الشامل، من الممكن اكتساب المزيد من التعاطف وفهم قدرات المستخدم الآخر بشكلاً أفضل.

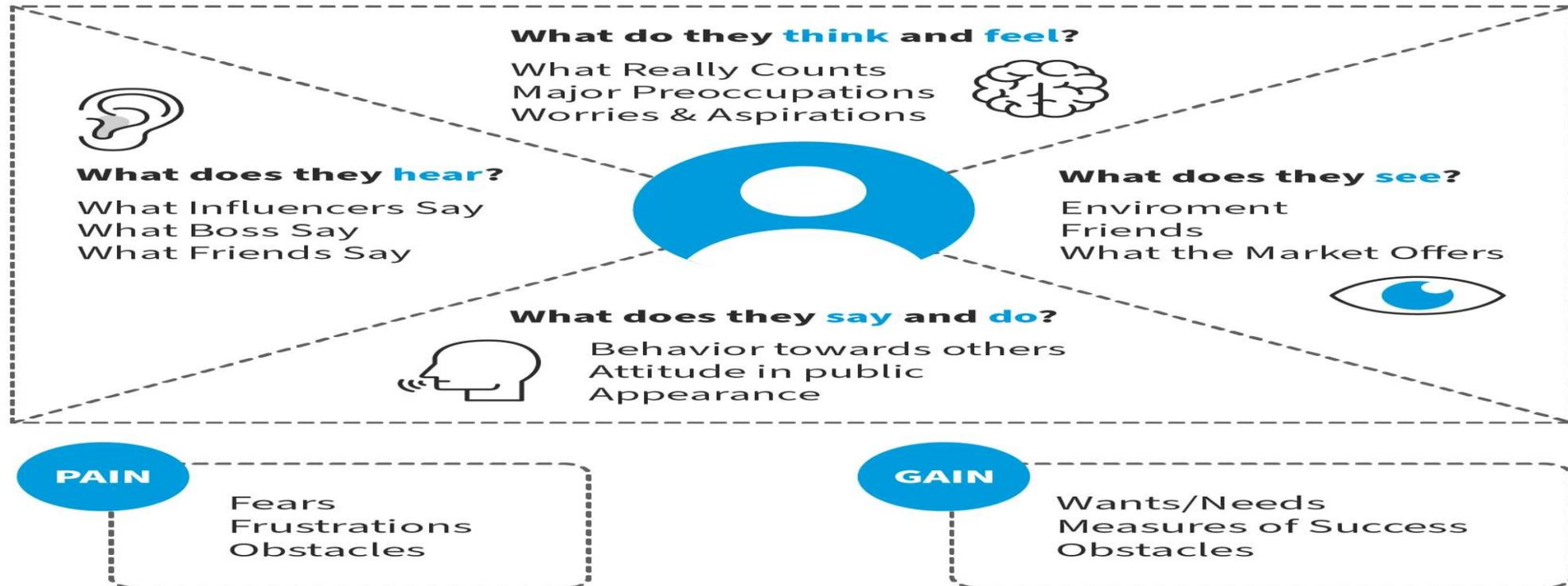


خريطة التعاطف

تجمع هذه الأداة كل المعرفة المتاحة عن المستخدم أو العميل. وبالتالي، فإن الفريق المتعدد التخصصات يشترك في رؤية مشتركة لاحتياجات المستخدمين من أجل تلبيةها. قد يكون الهدف مستخدمًا أو فئة من العملاء، ولكن أيضًا شخصية persona



Empathy Map



فهم المستخدمين أو العملاء يساعد على تحقيق الأهداف التالية:

- تجريب الانغماس في بيئة العميل
- تحديد نقاط الاتصال أو الاحتكاك أو الكسر في مسار المستخدم
- تحسين استخدام المنتج وفقًا لدافع العميل واستخداماته
- فك شفرة الموقف اللفظي وغير اللفظي للعميل للموافقة على توقعاته
- اختيار الخطاب التجاري أو الإعلاني المناسب
- الالتزام بسياسة فعالة للمنتجات أو الخدمات
- تدريب جميع الموظفين على تحقيق هدف مشترك للابتكار
- إنشاء نموذج عمل من قطاع العملاء BMC
- تطوير الشخصيات أو التعاطف تجاه الشخصية المنشأة
- اتباع نهج التصميم المتمحور حول المستخدم

- خريطة التعاطف لا تتعلق فقط بإنشاء شخصيات. في الواقع، إنها أداة مكتملة للشخصيات لتحديد المستخدمين النهائيين لمنتج أو خدمة. الهدف متشابه، لكن الفريق مهتم بوجهة نظر المستخدمين أكثر من خصائصهم العامة.
- خريطة التعاطف هي أداة تكرارية سريعة ويمكن الوصول إليها، وممتعة وسهلة الفهم لفريق متعدد التخصصات. إنها طريقة فعالة لتحديد مخاوف وتأثيرات وبيئة وسلوك المستخدم المستهدف أو شريحة العملاء. بالإضافة إلى ذلك، يساعد البعد التشاركي على جعل العمل الجماعي فعالاً وإبداعياً.