



לעצב את הממשק

חווית משתמש (UX) הפכה בשנים האחרונות לכלי אסטרטגי שמהווה מרכיב מכריע בהצלחת אתרי אינטרנט, אפליקציות ומוצרים דיגיטליים | מאיה ארד

ה... מושג עצוב חוויית משתמש (UX) זוכה היום לחוקרה בחברות ישראליות מובילות. מנהלים בכירים כבר הפנימו את הקשר בין עצוב הממשקים הדיגיטליים של מוצריהם ובין השגת המטרות העסקיות. יתר על כן, הם מבינים שאת עצוב חוויית המשתמש לא עושים "על הדרך" או באמצעות חברה לבניית אתרים, כיוון שהנושא מחייב חשיבה אסטרטגית ו-know how של מקצוענים. על הרקע הזה צמחו בישראל חברות ייעודיות לתכנון ועיצוב חוויית משתמש בממשקים דיגיטליים כמו אפליקציות, קיוסקי מידע, טלפונים סלולריים, עמדות למכירת כרטיסים וכמובן גם אתרי אינטרנט עסקיים, שיווקיים ושירותיים.

איך רוכשים מוצר לא מוחשי כמו "עיצוב חוויה" ומוודאים שהוא הולם מטרה עסקית? על פי אלו אמות מידה בוחרים ספק שירות? ואיך אומדים את תעריפי הפרויקט ומשווים בין החברות השונות? - שאלות כגון אלו מעסיקות את מנהלי השיווק, מנהלי מערכות המידע ומנהלי המוצרים והפרויקטים. כדי להעניק להן מענה, נפגש גלובס עם אבירם צור, מנכ"ל חברת TZUR, החברה המובילה בישראל בתחום ה-User Experience לראיון מקצועי.

איך אתה מסביר לאור זאת את הפריחה של חברות ייעודיות ל-UX ואת הביקושים לשירותיהן?

צור: "היתרון בבחירת בית תוכנה אחד שאחראי על מכלול השירותים בפרויקט די ברור - נוחות. באופן טבעי קל יותר לעבוד מול גורם אחד שמרכז את מכלול השירותים הקשורים לפיתוח האתר או האפליקציה. ברוב המקרים, גם עלותו של רכיב ה-UX בפרויקט כזה תהיה נמוכה יחסית. יחד עם זאת, מנהלים שמבינים את החשיבות האסטרטגית של חוויית המשתמש, יעדיפו רוב המקרים, לעבוד עם חברה מקצועית בעלת התמחות ייעודית בנושאים של תכנון ועיצוב ממשק משתמש. בעולם הפיסי זה נראה לנו מאוד טבעי. ניח שחברה כלשהי מעוניינת לפתוח אולם תצוגה חדש, מרשים וחוויתי עם מטרות עסקיות ברורות - למכור יותר מוצרים ולחזק את נאמנות הלקוחות. ברור שבמקרה כזה אותה חברה לא תעלה על דעתה לבקש מהקבלן לתכנן ולעצב את אולם התצוגה, אלא תשכור את שירותיו של אדריכל, מעצב, או מומחה לתכנון אולמות תצוגה. אותו מומחה, אשר הינו בעל הבנה שיווקית אסטרטגית רחבה, יתייחס בתכנון אולם התצוגה לכל ההיבטים העסקיים-שיווקיים מחד, ומאידך ייקח בחשבון את כל המאפיינים הפסיכולוגיים-צרכניים של המבקרים באולם. את הללו יגבש לכדי פתרון שישגי את המטרות העסקיות שהוגדרו. תכנון ועיצוב חוויית המשתמש הינם מומחיות מקצועית ייעודית, לא פונקציה בטווח המיומנויות של 'בנאי' שיעשה את הדברים 'תוך כדי תנועה'."

מה קרה בשנים האחרונות שהוביל את הנהלות החברות להפנים את הקריטיות של עיצוב חוויית המשתמש?

צור: "בשנים האחרונות אנו עדים להתפתחויות משמעותיות בתחום השיווק והשירות. בכל העולם מדברים היום על 'חוויית שירות' ו-'חוויית לקוח'. עצוב חוויית המשתמש בממשקים דיגיטליים הוא ההיבט הטכנולוגי באבולוציה העסקית הרחבה הזו. כחלק מהרצון של החברות לספק שירות טוב יותר ולחזק את התדמית ואת המקצועיות, משקיעות החברות בעיצוב חוויית המשתמש באינטרנט, באפליקציות וכמובן גם במערכות פנים ארגוניות (כמו מערכות CRM, ניהול ידע וכדומה). יתרה מכך, החברות עדות לסיפורי הצלחה משמעותיים בתחום של חוויית משתמש, שעשו הבדלים ניכרים מבחינה עסקית. הבדלים שהיום כבר לא ניתן להתעלם מהם."

אז למעשה חוויית המשתמש היום לא פחות חשובה מאשר הטכנולוגיה?

צור: "הלקוח של החברה (משתמש הקצה) מן הסתם לא מתעניין בטכנולוגיה, בגיימיקים שמעמידים לרשותו וברוב המקרים אפילו לא בפונקציונאליות העשירה. המדד היחיד שבו הוא שופט את האתר, המוצר, או האפליקציה הוא

החוויה. כדי לתכנן את החוויה הזו, לעצב אותה ולשלוט עליה - נדרשת הבנה אסטרטגית, חשיבה עסקית, יצירתיות, ניסיון והיכרות מעמיקה עם דפוסי התנהגות של צרכנים ומשתמשים."

על פי אלו קריטריונים ואמות מידה מומלץ לבחור חברת UX?

צור: "לפני הכל כדאי לבדוק מהי האוריינטציה של החברה ומאיזה 'מקור היסטורי' היא מגיעה. ישנן חברות עם גישה הנדסית, שהיא במהותה טכנית יותר, חברות אחרות מגיעות מעולם העיצוב הגרפי, נושא שקרוב אמנם לחוויית משתמש אבל לא בהכרח נותן מענה על כל ההיבטים שלו, אחרות הן למעשה בתי תוכנה ששירותי הליבה שלהן מונחים בפיתוח ובניית אתרים ומתוך הצורך שעולה בשוק מציעות גם שירותי UX. בקטגוריה הרביעית נמצאות חברות מוכוונות שיווק, אסטרטגיה והתנהגות צרכנים, שממוקדות בתכנון ועיצוב UX ויודעות לקחת את המטרות העסקיות של הלקוח ולהשיג אותן עבורו דרך תכנון ועיצוב ממשק המשתמש."

יש להניח שחברת UX עם אוריינטציה עסקית והבנה בהתנהגות צרכנים תגדיל את היקף המכירות ללקוח, לא?

צור: "זה נכון, אבל 'השורה התחתונה' לא חייבת להיות דווקא במכירות והיא לא מצטמצמת רק לתחום של אתרי מסחר אלקטרוני. מטרה עסקית יכולה להיות בין השאר חיזוק נאמנות, החזרת לקוחות, עידוד שיווק מפה לאוזן, או התייעלות כאשר אתה שואף להסית תנועה ממוקד השירות הטלפוני אל האינטרנט. את כל המטרות האלו עצוב מושכל של חוויית משתמש יכול להשיג."

איך מתייחסים למחיר של פרויקט UX? כיצד ניתן לאמוד אם הצעת מחיר שמקבלים מחברת UX סבירה?

צור: "כאשר תהליך בחירת החברה מתבצע באופן שיטתי, הלקוח מקבל לידיו הצעות מפורטות שמתייחסות לכל השלבים בתהליך, לזמן שיוקצה לכל שלב ולתוצרים שהוא מניב. מומלץ כמובן לבדוק מספר חברות שונות כדי להתרשם הן מהאיכות המקצועית, הן מההתאמה של החברה לפרויקט הספציפי והן מהיקפי הפרויקט והמחירים. חשוב לשים לב להשוות בצורה נכונה, כי מן הסתם, כמו בכל תחום, טווחי המחירים יכולים לנוע על מנעד מאוד רחב בהתאם לרמה המקצועית, לניסיון ולמידת ההשקעה והירידה לפרטים."

מהי תפיסת העתיד שלך לגבי תעשיית ה-UX בעולם ובארץ?

צור: "השוק בחו"ל גדול יחסית והתפתחות הענף בשנים האחרונות הובילה לתת התמחויות על פי ענפים מקצועיים (למשל שירותי חוויית משתמש לתחומים ספציפיים, או מיקוד בנושא מסוים של חוויית משתמש כמו מבחני שימושיות). אין ספק שגם בארץ חלה קפיצה מקצועית אדירה והתחום מתפתח מיום ליום, התפתחות שאנו עדים לה גם מתוך הבשלות והכנות של החברות להשקיע תקציבים בחוויית המשתמש, וגם מתוך הביקושים הרבים לעבודה בתחום."



אבירם צור, מנכ"ל חברת TZUR

“
כחלק מהרצון של החברות לספק שירות טוב יותר ולחזק את התדמית ואת המקצועיות, החברות בעיצוב חוויית המשתמש באינטרנט, באפליקציות וכמובן גם במערכות פנים ארגוניות (כמו מערכות CRM, ניהול ידע וכדומה) יעצבו את הממשק שלהן.”

מידע נוסף על נושא חוויית המשתמש, ניתן לקבל באתר חברת TZUR:
www.tzur.com