



تقليل العوائق في التطبيقات



تقليل العوائق في التطبيقات



المرثيات السلوكية في حيز التطبيق تقليل العوائق في التطبيقات

يأتي هذا الدليل ثمرة لجهود تعاونية بين وحدة المرثيات السلوكية بولاية نيو ساوث ويلز ومركز الرياض للسياسات السلوكية، استهدفت توطيد أفضل الممارسات بما يتناسب مع سياق المملكة العربية السعودية والعالم العربي.

إذا كانت لديكم أي تعليقات أو أسئلة أو ملاحظات حول الدليل، فيرجى التواصل معنا عبر البريد الإلكتروني: rbic@hrsd.gov.sa

جدول المحتويات

4	تقليل العوائق في التطبيقات
5	من أين البداية
6	دليل مرجعي سريع
10	1-التسجيل والإقبال
16	2-تصميم تجربة المستخدم والتصفح
25	3-الصياغة والمحتوى
29	4- الأنظمة الرقمية
35	الحواشي الختامية

تقليل العوائق في التطبيقات

التطبيقات إحدى الوسائل الفريدة للتفاعل مع العملاء، فعندما نطلب من عملائنا تنزيل تطبيق واستخدامه، فإننا نطلب منهم مشاركة وجهدًا أكبر مما يتطلبه الأمر لقراءة بريد إلكتروني أو صفحة موقع إلكتروني. وهنا تجدر الإشارة إلى أن التطبيقات ترفع سقف التوقعات.

وحتى إن كانت سطلتكم محدودة في إدخال تعديل مباشر على بنية التطبيق، فلديكم فرصة سانحة للاستفادة من هذه الاستراتيجيات لتوجيه المحادثات مع مطوري التطبيق.

يستخدم العملاء تطبيقاتنا لإيجاد معلومات أو استخراج تراخيص أو طلب استفسارات أو إجراء مدفوعات، وغير ذلك الكثير. لذا، يجب أن تلبى التطبيقات توقعات عملائنا وأن تُسهل أمورهم. ونوصيكم بقراءة هذا الدليل للاطلاع على معلومات حول كيفية الحد من العوائق في تطبيقاتكم وتسهيل تجربة عملائكم.

يختص هذا الدليل بالمحتوى المكتوب والمرئي في المقام الأول، وهو مُعد بأسلوب بسيط وعملي، يسهل على الموظفين الحكوميين استخدامه بدون الحاجة إلى أي تدريب تقني.

هل توجد حاجة حقيقية إلى التطبيق؟

إقناع العملاء بتنزيل تطبيق أمر صعب للغاية، فالتطبيقات الجديدة تدخل منافسة شرسة مع باقي التطبيقات الأخرى المتاحة للتنزيل على متاجر التطبيقات الشهيرة والتي يتراوح عددها بين مليونين و3 ملايين تطبيق حاليًا! وهذا يعني أن توعية العملاء بوجود التطبيق الجديد قد يكون أمرًا صعبًا.

بعد أن يُنزل العميل التطبيق، يظهر تحدٍ مساوٍ في الصعوبة، إن لم يكن أكبر، وهو الحفاظ على تفاعل العميل مع التطبيق. وقد جرت دراسة حديثة حول الاحتفاظ بالتطبيقات أن 49% من مستخدمي التطبيقات لا يستخدمونها بعد يوم واحد فقط من تنزيله،² وأضيف إلى ذلك أن صيانة التطبيقات وتحديثها قد تكون عملية باهظة التكلفة نسبيًا.

يمكن للمواقع الحكومية الحالية المُحسّنة للاستخدام على الأجهزة المحمولة أن توفر العديد من الوظائف المماثلة للتطبيقات وأن تصل إلى الأفراد الذين يعزفون عن تنزيل التطبيقات الجديدة، وأضيف إلى ذلك أن المواقع الإلكترونية المُحسّنة للاستخدام على الهواتف المحمولة تعتبر أكثر مرونة، وكذلك يمكن مواءمتها بسهولة مع التقنيات الناشئة والاحتياجات المستقبلية، ويمكنها أيضًا جمع بيانات أكثر تفصيلًا حول تفاعل العملاء بدون أي معلومات عن هويتهم.

لذلك، علينا أن نطرح على أنفسنا سؤالًا: هل التطبيق هو الوسيلة الأنسب حقًا؟ وهل يحقق أفضل استخدام للموارد؟

وضعت حكومة كوينزلاند استراتيجية إدارة القنوات التي تهدف إلى مساعدة الجهات على دراسة مدى ملاءمة القنوات المختلفة لخدمة عملائها. وفي الأغلب، تكون مراجعة الموقع الإلكتروني هي نقطة الانطلاق الأنسب!

من أين البداية

توجد أربعة عناصر رئيسية ينبغي مراعاتها عند تحديد العوائق وتقليلها في التطبيقات.



2- تصميم تجربة المستخدم والتصفح

- هل يتحكم العملاء في تنقلهم داخل صفحات التطبيق؟
- هل يستطيع العميل إيجاد المعلومات التي يحتاجها بسهولة؟
- هل تُستخدم العناصر المرئية لتبسيط التواصل وتوضيح الإجراءات المهمة؟



1- التسجيل والإقبال

- هل يعرف العملاء بتوافر التطبيق وأين يجدونه؟
- هل يستطيع العملاء تنزيل التطبيق بسهولة؟
- هل عملية التسجيل سهلة الفهم وبسيطة في إكمالها؟
- هل يسهل على العملاء تسجيل الدخول إلى التطبيق وتغيير كلمة السر؟
- هل تم تسليط الضوء على عدد العملاء المماثلين الذين يستخدمون التطبيق؟



4- الأنظمة الرقمية

- هل يتوفر دعم فني؟
- هل يستطيع العملاء تقديم ملاحظاتهم وتعليقاتهم للمساهمة في تحسين التطبيق؟
- هل تتم متابعة معدلات تفاعل العملاء وتحديد أسباب مغادرتهم للتطبيق؟



3- الصياغة والمحتوى

- هل تُستخدم المصطلحات باتساق في مختلف صفحات التطبيق؟
- هل محتوى التطبيق مكتوب بصياغة سهلة الفهم وبطابع إيجابي؟
- هل يستخدم التطبيق لغات أخرى غير العربية؟
- هل النص مُخصّص حسب تفضيلات العميل؟
- هل يتم تجنب المصطلحات المتخصصة غير المألوفة أو توضيحها بعبارات بسيطة؟

تقليل العوائق في التطبيقات

دليل مرجعي سريع



1- التسجيل والإقبال

هل يستطيع العملاء إيجاد التطبيق وتنزيله وتثبيته بسهولة؟ الحرص على سهولة إيجاد التطبيق وتنزيله، وتبسيط خطوات التثبيت قدر الإمكان



- مراعاة الخطوات التي يتخذها العميل لتنزيل التطبيق، مع توفير إشارات دلالية في الأوقات التي يكون العميل بحاجة إليها.
- الحرص على ظهور التطبيق في أعلى نتائج البحث باستخدام كلمات مفتاحية شائعة.
- تبسيط عملية التسجيل قدر الإمكان (عبر إخبار العميل بالمعلومات التي يحتاجها مقدماً، وتقسيم المعلومات المطلوبة إلى أجزاء صغيرة).
- الاستفادة من الخيارات الافتراضية عن طريق ملء الحقول مسبقاً من التطبيقات أو الحسابات الأخرى المرتبطة.
- تفعيل تسجيل الدخول التلقائي.
- الحرص على سهولة تغيير المستخدمين لكلمة السر.

هل يعرف العملاء فوائد التطبيق؟ تشجيع العملاء على تنزيل التطبيق من خلال إبراز فوائده ومعدلات الإقبال عليه



- استخدام أوصاف بارزة على متجر التطبيقات والمواد الأخرى التي تروج للتطبيق لإبراز الغرض منه وفوائده.
- تسليط الضوء على الأعراف الاجتماعية الإيجابية لرفع معدلات الإقبال.
- استخدام آليات جمع الملاحظات والتقييمات للاستفادة من استراتيجية الدليل الاجتماعي.



هل يستطيع العملاء تصفح التطبيق بسهولة؟
تصميم مسار العميل داخل التطبيق بحيث يكون منطقيًا.

- الإشارة بوضوح إلى العناصر التي يمكن التفاعل معها مع الحفاظ على اتساق الإشارات. مثال: الأزرار الدائرية أو النص الذي تحته خط، وأزرار المتابعة والرجوع.
- مراعاة الاختلافات بين أنظمة التشغيل وأثرها على المكان الذي يتوقع المستخدمون العثور فيه على معلومات معينة.
- وضع الأزرار في الأماكن شائعة الاستخدام والتي يسهل إيجادها. مثال: أعلى اليمين لأزرار "الرجوع" على نظام iOS.

2- تصميم تجربة المستخدم والتصفح



هل يجد العملاء سهولة في قراءة التطبيق؟
تبسيط عرض المعلومات في التطبيق لتسهيل فهمها.

- توظيف الفراغات لزيادة الفهم وتجنب الإرباك البصري.
- تقسيم النص إلى "أجزاء" أقصر وأسهل في الفهم.
- استخدام عناوين قصيرة ووصفية ولها صدى عند القارئ.



هل يستخدم التطبيق تصميمًا مرئيًا واضحًا ومتسقًا؟
استخدام عناصر مرئية متسقة

- وضع أهم المعلومات في أعلى القائمة.
- استخدام الأيقونات لدعم مضمون النص.
- استخدام الألوان لإبراز أهم المعلومات.



هل يفي التطبيق بمعايير قابلية الاستخدام؟
تصميم التطبيق ليكون متناهيًا وفي متناول أكبر عدد من العملاء

- اتباع إرشادات قابلية الاستخدام فيما يخص المحتوى على الهاتف المحمول.
- بعض الأمثلة من الإرشادات:
- تصميم عناصر الواجهة (العناصر التي ينقر عليها الأفراد) بحجم كبير لتجنب الأخطاء في النقر.
- تفعيل خاصية التكبير والتصغير



هل يستطيع العملاء تخصيص التطبيق ليناسب تفضيلاتهم بدرجة أكبر؟

- تطبيق الخيارات الافتراضية لتخصيص تجربة المستخدم حسب تفضيلاته الشخصية وتحفيزه على المتابعة.
- عرض ما تم البحث عنه مؤخرًا والإجراءات الشائعة كخيار افتراضي، مع السماح للمستخدمين بتخصيصها حسب تفضيلاتهم الشخصية.
- استخدام الإشعارات الفورية كرسائل تذكير في الأوقات المناسبة لتشجيع المتابعة في الأوقات التي يكون فيها العملاء في أمس الحاجة إليها.
- تفعيل الإشعارات الفورية كخيار افتراضي كلما أمكن ذلك.





3- الصياغة والمحتوى



هل يستطيع العملاء فهم المحتوى المكتوب في التطبيق بسهولة؟
استخدام صياغة بسيطة باللغتين العربية والإنجليزية، وعناوين فرعية بصيغة المتكلم،
والتعريفات في نوافذ منبثقة للتسهيل على العملاء.

- تجنب المصطلحات المتخصصة والقانونية واستخدام بدائل سهلة الفهم.
- استخدام تعريفات في نوافذ منبثقة للمصطلحات المتخصصة دون الإخلال بالاتساق.
- استخدام أسئلة بصيغة المتكلم لتقسيم المحتوى إلى وحدات سهلة الاستيعاب.



4- الأنظمة الرقمية



هل يستخدم التطبيق شاشات رئيسية ديناميكية وتذكيرات لدعم العملاء؟

استخدام شاشات رئيسية ديناميكية لعرض المعلومات على العملاء بما يُبرز لهم الخطوة الحالية في رحلتهم، وكذلك استخدام التذكيرات لدعم المتابعة.

- استخدام شاشات رئيسية ديناميكية تتماشى مع رحلة العميل، بحيث تبرز المعلومات الأكثر أهمية في كل من مراحل هذه الرحلة.
- إرسال تذكيرات بسيطة في الأوقات المناسبة لمساعدة العملاء على اتخاذ إجراء.



هل التطبيق متاح على نطاق واسع وقابل للاستخدام على جميع المنصات الرئيسية؟

تصميم التطبيق ليكون متاحًا وفي متناول أكبر عدد من العملاء

- إتاحة استخدام التطبيق بدون رسوم كخيار افتراضي.
- إتاحة استخدام التطبيق على نظامي iOS وAndroid.
- الحرص على أن يتم تحديث التطبيق وتحميل صفحاته بسرعة وسهولة قدر الإمكان.



هل يتمكن العملاء من تقديم الملاحظات والتعليقات عبر الإنترنت؟

دعم العملاء وإتاحة الفرصة لهم للإبلاغ عن المشكلات التقنية والمتعلقة بالمستخدم.

- توفير معلومات الدعم الفني داخل التطبيق.
- التسهيل على المستخدمين في الإبلاغ عن المشكلات والأخطاء داخل التطبيق وإصلاحها بسرعة.
- مراجعة تفاعل العملاء وملاحظاتهم وتعليقاتهم بصورة دورية.



أبرز النقاط التي يُوصى بمراعاتها

هل تم تحديد السلوكيات المراد تشجيعها؟

مثال: إذا كان العميل سيستخدم التطبيق لتخطيط مسارات الانتقالات أثناء التحرك، فمن الموصى به في هذه الحالة دراسة كيفية التسهيل على العميل لتحقيق هذا الهدف ومراعاة ذلك في ميزات التطبيق وتصميمه.
من شأن البدء بآلية عمل تتمحور حول العميل أن يضمن استيفاء التطبيق النهائي لاحتياجات العميل على أفضل وجه.

دراسة كيفية تفاعل العملاء مع التطبيق لإكمال المهام أو الإجراءات المهمة. مراعاة أنواع السلوكيات التي يتعامل معها التطبيق، والأهداف الذي يحاول العميل تحقيقها باستخدام التطبيق.

01

التسجيل والإقبال



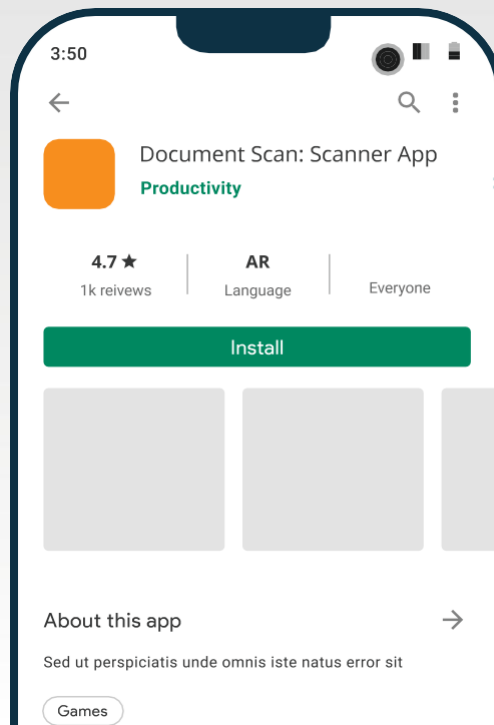
1- التسجيل والإقبال

محتويات هذا القسم
الحرص على سهولة إيجاد التطبيق وتنزيله، وتبسيط خطوات التثبيت قدر الإمكان
الاستفادة من استراتيجية الدليل الاجتماعي لتحفيز الإقبال



الحرص على سهولة إيجاد التطبيق وتنزيله، وتبسيط خطوات التثبيت قدر الإمكان

مثال



لن يقطع العميل من وقته كثيراً لإيجاد تطبيق جديد وتنزيله وتثبيته، وهذا يقتضي ضرورة أن تكون خطوات التثبيت بسيطة قدر الإمكان حتى يواصل العميل إكمال الخطوات.



ما خطوات تنفيذ هذه الاستراتيجية؟

تحسين ظهور التطبيق وإبرازه ليظهر في أعلى نتائج البحث.

في عام 2024، وصل عدد تنزيلات التطبيقات إلى نحو 218 مليار مرة على مستوى العالم، ارتفاعاً من 140 مليار مرة في عام 2016.³ ولكي ينجح التطبيق الجديد، فيجب أن يتمكن العميل من إيجاده بسهولة وسرعة.

يمكن تحقيق ذلك عن طريق تحسين ظهور التطبيق في متاجر التطبيقات (ASO) من خلال أساليب مثل اختيار كلمات مفتاحية دقيقة، وكتابة أوصاف تفصيلية، واستخدام شعارات يمكن التعرف عليها في الإعلانات، وتحسين الروابط الإلكترونية والعناوين. هذه الأساليب تزيد من ظهور التطبيق عند البحث داخل متاجر التطبيقات، مما يزيد من احتمالية تفاعل العملاء معه.

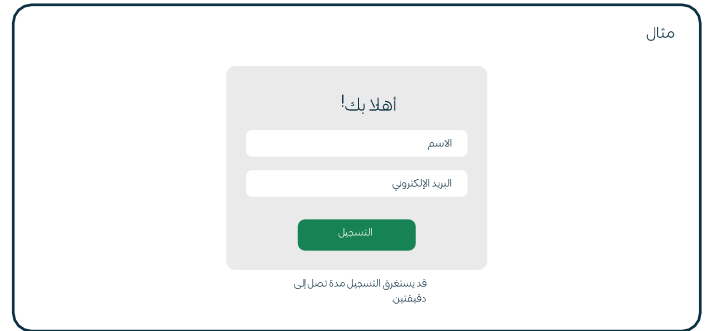
يمكن أيضاً تقليل حاجة العميل إلى تصفح متاجر التطبيقات من خلال توفير روابط مباشرة للعملاء إلى صفحة متجر التطبيقات المناسبة على المواقع ذات الصلة. مثال: عند وجود صفحة على الموقع الإلكتروني تطلب من العملاء تنزيل التطبيق أو تشير إليه، فمن المستحسن تضمين رابط إلى صفحة تنزيل التطبيق.

إظهار التطبيق إلى العميل عندما يكون في أمس الحاجة إليه.



بحث سبب حاجة العميل للتطبيق والإعلان عنه في اللحظة التي يحتاجه فيها. مثال: عند تطوير تطبيق جديد لتحديد الطرق، فمن المستحسن الإعلان عن التطبيق في محاور النقل العام.

توعية العملاء بالمعلومات التي يحتاجونها مقدماً والمدة التي سيستغرقونها للبدء.



قد تتطلب عملية التسجيل في تطبيق حكومي إدخال معلومات شخصية. ولتقليل معدلات المغادرة، يتعين في البداية التوعية بالآتي بوضوح:

(1) المعلومات التي يحتاجها العميل للبدء.

(2) المدة التقديرية التي من المحتمل استغرقها لإتمام التسجيل.



تفعيل تسجيل الدخول التلقائي.

مثال

الحسابات > خيارات تسجيل الدخول

إظهار تفاصيل الحساب مثل عنوان بريدي الإلكتروني على شاشة تسجيل الدخول في التطبيق

تعطيل

حفظ حالتي في التطبيق لاستئنافها عند تسجيل دخول المستخدمين مرة ثانية.

تفعيل

بعد أن يُدخل المستخدم المعلومات المطلوبة، من المستحسن توفير خيار تفعيل تسجيل الدخول التلقائي (أو بخطوة واحدة) عند العودة إلى التطبيق، مما سيقلل من العبء المعرفي لأن المستخدم لن يضطر إلى تذكر تفاصيل تسجيل الدخول مرة ثانية وبذلك تزيد احتمالية عودته لاستخدام التطبيق مرة أخرى بفضل السهولة التي يتيحها التطبيق.

الاستفادة من الخيارات الافتراضية عن طريق ملء الحقول مسبقاً من التطبيقات أو الحسابات الأخرى المرتبطة.

مثال

Personal Details

Abdullah

Abdullah Al Olaya

Chrome Autofill Preferences

Al Olaya

Riyadh

كل معلومة إضافية يجب على العميل إدخالها في أي خطوة تضيف نقطة تعقيد في رحلة المستخدم⁴، لذا، من المستحسن تقليل التعقيدات في خطوات العملاء عن طريق ملء حقول المعلومات تلقائياً باستخدام المعلومات المتوفرة لدينا بالفعل عنهم. ومن شأن ملء هذه المعلومات كخيار افتراضي أن يساهم في تقليل المتاعب التي تواجه العملاء.

الحرص على سهولة تغيير المستخدمين لكلمة السر.

مثال

تغيير كلمة السر

كلمة السر القوية تتضمن أرقاماً وحرفاً
وعلامات برقيم

لنقل كلمة السر الجديدة

تأكيد كلمة السر الجديدة

تغيير

تغيير كلمة السر

يرجى الإجابة عن سؤال الأمان التالي لتأكيد أن
gbduloh@aludge.com هو حسابك الصحيح.

هل نسيت إجابتك؟ لنقل رمز التحقق

ما هو طراز سيارتك الأولى؟

إلغاء

التالي

نسيان كلمة السر من المشكلات الشائعة جداً التي تواجه العملاء، وإذا لم توجد طريقة سهلة لتغيير كلمة السر عند نسيانها، فغالباً سيصبح التطبيق عديم الفائدة للمستخدم. يمكن التخفيف من حدة هذه المخاطر من خلال التأكد من تفعيل نظام لتغيير كلمة السر بدون أية متاعب (مثل إرسال رابط مباشر عبر البريد الإلكتروني) وسهولة العثور عليه في صفحة تسجيل الدخول.



الاستفادة من استراتيجية الدليل الاجتماعي لتحفيز الإقبال

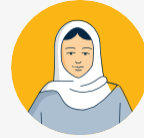
مثال



"تطبيق رائع، وحببته مرة، واستخدامه سهل."

التطبيق رهيب، خلى كل شي سهل، خلصت كل الأمور في دقائق وما احتجت أحد يساعدني.

- ليان



"التطبيق مرة مريح في الاستخدام"

"صراحة التطبيق موثوق وسهل الاستخدام، قدرت أتابع طلبي أول بأول ووصلتني تحديثات فورية"

- خالد



الدليل الاجتماعي هو ظاهرة نفسية تصف كيف يقلد الناس في أغلب الأحيان تصرفات الآخرين عندما لا يتأكدون من السلوك الذي يجب عليهم ممارسته.⁵ وبالنسبة للتطبيقات، فعالبًا ما يتجذب العملاء إلى تلك التي لديها أكبر عدد من التنزيلات والتقييمات.





ما خطوات تنفيذ هذه الاستراتيجية؟

الاستفادة من الأعراف الاجتماعية الإيجابية
لرفع معدلات الإقبال.



مراعاة نقل الأعراف الاجتماعية الوصفية (عبارات حقيقية تُظهر أن نسبة كبيرة من المجموعة المستهدفة تمارس السلوك المرغوب فيه) في المراسلات المتعلقة بالتطبيق.

مثال: استخدم هذا الأسلوب في المراسلات المتعلقة بتطبيق توكلنا من خلال إبراز أن "أكثر من 33 مليون مستخدم" انضموا مع 1.3 مليار مشاهدة للمحفظة الرقمية - وأن التطبيق حصل على 91.29% في مؤشر نضج التجربة الرقمية لعام 2024⁶.

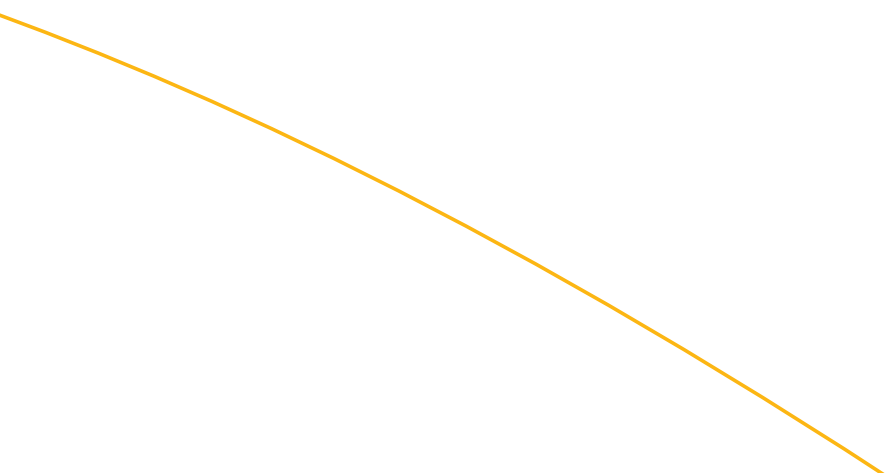
هذه الإشارة إلى الأعراف الاجتماعية تُحوّل استخدام تطبيق توكلنا إلى سلوك علني؛ مما يشجع غير المستخدمين على تجربة التطبيق اقتداءً بالآخرين. ويمكن أيضاً تشجيع العملاء على ترك تقييمات على أشهر منصات التطبيقات (مثل متجر تطبيقات أبل وجوجل بلاي).





02

تصميم تجربة المستخدم والتصفح





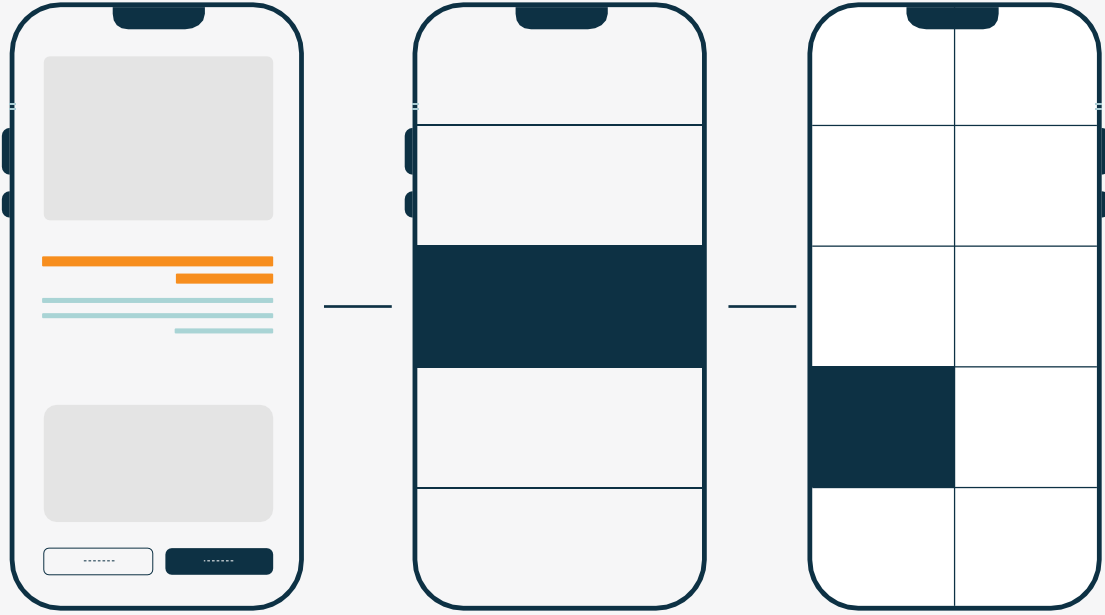
2- تصميم تجربة المستخدم والتصفح

محتويات هذا القسم
إرشاد العميل في مختلف صفحات التطبيق.
تنظيم التطبيق لتسهيل فهم المعلومات الرئيسية، واستخدام العناصر المرئية باتساق، وتطبيق الخيارات الافتراضية
لتخصيص تجربة المستخدم حسب تفضيلاته الشخصية وتحفيزه على المتابعة.



إرشاد العميل في مختلف صفحات التطبيق.

مثال



إذا لم يتمكن العميل من إيجاد المعلومات التي يحتاجها بسهولة، فمن المحتمل أن يغادر التطبيق. لذا، من المهم تصميم التطبيق ليكون سهل التصفح.

ما خطوات تنفيذ هذه الاستراتيجية؟

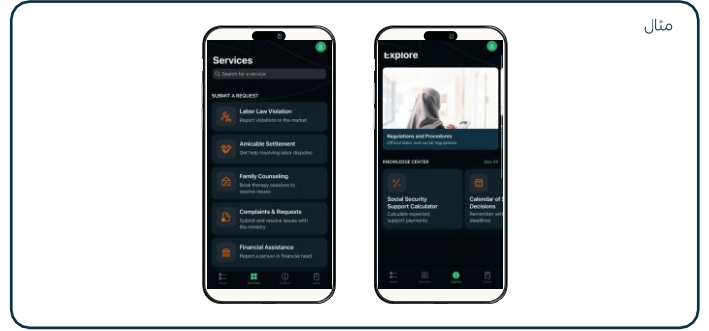
الإشارة بوضوح إلى العناصر التي يمكن التفاعل معها مع الحفاظ على اتساق الإشارات.

تجميع المحتوى ذي الصلة في أقسام أو قطاعات مترابطة يسهل على العملاء التعرف عليها.



مثال

التسهيل على العملاء في فهم أي عناصر تشير إلى الإجراءات المطلوبة بالضبط، ويمكن تحقيق ذلك باستخدام إشارات مرئية متسقة. مثال: يمكن وضع عبارة "إجراء حجز" داخل مربع على شكل زر باللون الأحمر (ويرتبط بصفحة الحجز) من أجل تمييزه عن النصوص الوصفية الأخرى في الصفحة.



مثال

مثال: في تطبيق وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية السعودية، يتم تجميع الخدمات في أقسام واضحة - الصفحة الرئيسية، والخدمات، واكتشف - ويتيح للمستخدمين تثبيت الخدمات المستخدمة بكثرة في أعلى الصفحة بحيث يسهل الوصول إلى الإجراءات الأكثر صلة.

استخدام أزرار المتابعة والرجوع ووضعها في مكان يسهل إيجادها.



مثال

إتاحة التحكم في التصفح من خلال السماح للعملاء بالمتابعة إلى التالي أو الرجوع إلى السابق في مختلف صفحات التطبيق، وكذلك وضع أزرار المتابعة والرجوع والقائمة في أماكن يسهل رؤيتها أو السماح للعملاء بالمتابعة أو الرجوع عن طريق التمرير يمينا أو يسارا على شاشة اللمس.

تنظيم التطبيق لتسهيل فهم المعلومات الرئيسية

مثال



ينخفض مستوى الفهم لدى المستخدمين عند القراءة على الشاشات.⁷ وهذا يعني ضرورة تصميم التطبيق لتسهيل الفهم والاستخدام قدر الإمكان.

ما خطوات تنفيذ هذه الاستراتيجية؟

تقسيم النص إلى "أجزاء" أقصر وأسهل في الفهم.



تبيّن الأبحاث حول كيفية تعلّم الأفراد للمعلومات الجديدة أن تقسيم المعلومات إلى أجزاء صغيرة يسهّل الإدراك والتعلّم والمعرفة^٨، مما له أهمية خاصة في مجال التطبيقات، وذلك لأن العملاء غالبًا ما يبحثون عن معلومات محددة في مجال بصري صغير نسبيًا. لذا، يجب أن تكون الفقرات في التطبيقات أقصر من تلك الموجودة على المواقع الإلكترونية والمطبوعات الورقية.

تقسيم النص بهذه الطريقة يسهّل على العملاء تكبيره على الهاتف وفهم الرسالة في حال واجهوا صعوبة في قراءتها، والكتل النصية الكبيرة قد تكون أكثر صعوبة عند محاولة التكبير وتتبع مكان القراءة.

استخدام عناوين قصيرة ووصفية ولها صدى عند القارئ.



هذه الاستراتيجية تُسهّل على العملاء فهم القسم الذي يتصفحونه، وإيجاد ما يرغبون بالضبط في تصفحه بعد ذلك. العنوان المناسب في أي تطبيق هو الذي يصف الفئة المستهدفة من الصفحة أو الفقرة ويعطي لمحة عن محتواها أيضًا. مثال: قد تكون عبارة "الوثائق المطلوبة" أكثر وصفًا إذا جاءت صياغتها على النحو التالي "الوثائق التي تحتاجها لتجديد رخصتك".

توظيف الفراغات لزيادة الفهم وتجنب الإرباك البصري.



سيؤدي الإكثار من المحتوى إلى إرهاق القارئ، مما يعوق قدرته على تمييز المعلومات الأساسية عن المحتوى غير الضروري^٩. ومن المستحسن مراعاة كيفية استخدام الفراغات والمسافات الخالية لترتيب التطبيق (ملحوظة: لا يُقصد بالمسافة الخالية أنها خالية من الألوان، بل هي كناية عن الفراغ الذي يأخذ اللون الأساسي للتطبيق). وفيما يلي بعض القواعد الذهبية التي يجب مراعاتها^٩:

- كلما زادت الفراغات حول العنصر، زاد انجذاب العين إليه.
- ينبغي تحقيق توازن بين الفراغات في كل صفحة.
- يجب وضع العناصر المتألّفة في مجموعة بصرية واحدة، والمباعدة بين العناصر المتباينة (وهذا يُعرف باسم "مبدأ التقارب في التصميم")^{١٠}
- يجب محاذاة النص إلى اليمين حتى يتمكن القراء من تتبع موضعهم في القراءة بسهولة.
- يجب استخدام الهوامش بمقاييس متسقة.

استخدام العناصر المرئية باتساق

مثال



تستخدم التطبيقات الجذابة بصريًا ألوانًا مميزة وعناصر مرئية أخرى، وهذه المحفزات الرقمية المصممة بهذه الطريقة تُعزز من شعور المستخدمين بسهولة الاستخدام والموثوقية، مما يساهم في زيادة استبقاء المستخدمين.

ما خطوات تنفيذ هذه الاستراتيجية؟

استخدام الأيقونات لدعم مضمون النص.



الأيقونات من أروع الطرق المستخدمة في نقل المعنى ومساعدة المستخدمين في إيجاد المعلومات التي يبحثون عنها بسرعة عبر إلقاء نظرة سريعة على الصفحة. لذا، من المهم استخدام الأيقونات باتساق واعتدال حتى لا تُرهق العميل بحفظ أيقونات متعددة.

مثال: يستخدم تطبيق "درب" للنقل العام بالرياض في المملكة العربية السعودية أيقونات متسقة خاصة بكل وسيلة نقل (مثل المترو، والحافلة، والحافلات تحت الطلب، وسيارة تحت الطلب) إلى جانب التسميات النصية في مخطط المسارات والخريطة الحية، وبذلك يستطيع الركاب اختيار نوع وسيلة النقل التي يحتاجونها بسرعة.¹³

اختيار أيقونات مشهورة وشائعة الاستخدام لتمثيل المصطلح ذي الصلة، ومن ثم دمجها مع شروحات مكتوبة قصيرة. مثال: في دراسة بريطانية، أدت هذه الاستراتيجية لدمج الأيقونات مع الشروحات القصيرة إلى زيادة فهم العملاء للشروط التعاقدية وسياسات الخصوصية بنسبة 34% مقارنة بالتعريفات النصية فقط.¹⁴

تصميم التطبيق ليكون متاحاً وفي متناول أكبر عدد من العملاء.

اتباع إرشادات قابلية الاستخدام على الهاتف المحمول، ومنها الإرشادات التالية على سبيل المثال:

<https://www.w3.org/TR/mobile-accessibility-mapping>

وفيما يلي اثنان من أبرز الإرشادات التي يجب اتباعها:

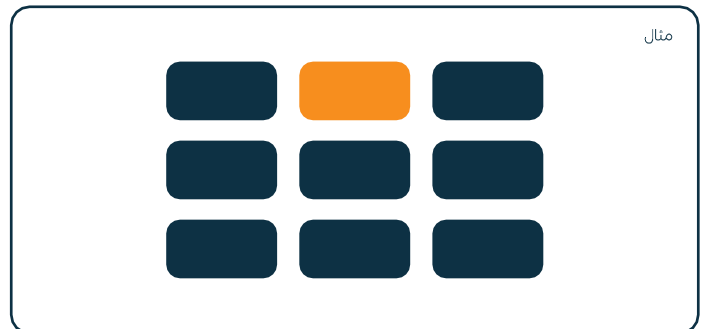
- تصميم عناصر الواجهة (العناصر التي ينقر عليها الأفراد) بحجم كبير لتجنب الأخطاء في النقر.
- تفعيل خاصية التكبير والتصغير

وضع أهم المعلومات في أعلى القائمة، وفي منتصف الشاشة.¹²



تميل أنظارنا بطبيعتها إلى أعلى الصفحة أو القائمة، وفي منتصف الشاشة. لذا، من المستحسن الاستفادة من هذه الطبيعة عن طريق وضع المعلومات الأكثر أهمية في الأعلى وفي منتصف كل صفحة. ويجب أن تبدأ قوائم المعلومات من أعلى يمين الشاشة. وعند وجد أزرار في الشاشة الرئيسية، يجب وضع الزر الأكبر والأبرز في المنتصف.

استخدام الألوان لزيادة إبراز أهم المعلومات.¹⁵



سيؤدي استخدام الألوان إلى زيادة جاذبية الصفحة بصرياً وانجذاب القراء إلى المحتوى المحدد.¹⁶ فقد وجدت دراسة حديثة أن استخدام لون بارز يساعد في جذب انتباه المستخدمين إلى الروابط المهمة وزيادة إحساسهم بالتحكم عند استخدام دليل البحث على الهاتف.¹⁷ ومع ذلك، يتعين الحرص على استخدام الألوان باعتدال، لأن زيادة الدرجات اللونية عن 3 أو 4 يربك القراء بكثرة المحفزات البصرية.¹⁸ وأضيف إلى ذلك استخدام الألوان المتباينة في النص (مثال: الألوان الفاتحة في الخلفيات الداكنة) بهدف زيادة وضوح المحتوى للأفراد الذين يعانون من ضعف في البصر.¹⁹ وللاطلاع على إرشادات حول الألوان التي يجب اختيارها، يرجى مراجعة دليل لوحة ألوان وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية.

تطبيق الخيارات الافتراضية لتخصيص تجربة المستخدم حسب تفضيلاته الشخصية وتحفيزه على المتابعة

مثال



نظرًا للمحدودية وقت العملاء وانتباههم عند استخدام التطبيقات، فيجب تصميم التطبيق ليوفر وقتهم ويخصص تجربتهم حسب تفضيلاتهم الشخصية.

ما خطوات تنفيذ هذه الاستراتيجية؟

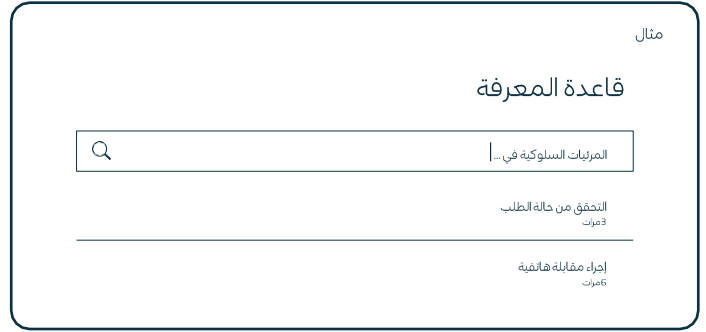
تخصيص تجربة المستخدم على التطبيق.



مثال

استخدام معلومات العملاء الرئيسية، مثل أسمائهم، لجذب اهتمامهم وتحفيز التفاعل، والاستفادة من مواقعهم الجغرافية لتوجيه عمليات البحث الرئيسية وفرز المعلومات (مثال: إيجاد مركز رعاية الأطفال الأقرب إلى مكان إقامتهم).

عرض ما تم البحث عنه مؤخراً والإجراءات الشائعة كخيار افتراضي، مع السماح للمستخدمين بتخصيصها حسب تفضيلاتهم الشخصية.



مثال

من شأن عرض ما تم البحث عنه مؤخراً والإجراءات الشائعة بحيث تظهر للعملاء أولاً أن يُنظم الخيارات التي يراها المستخدمون حتى لا يشعروا بالارتباك. وتساهم هذه الخيارات الافتراضية أيضاً في توفير وقت العملاء من خلال إتاحة أكثر الخيارات ترجيحاً لهم بشكل فوري. مثال: يعرض تطبيق "درب" ما تم البحث عنه مؤخراً والمسارات المحفوظة، وهو ما يساعد الركاب على تخطيط الرحلات المتكررة خلال وقت أقل. وهنا تجدر الإشارة إلى أن الشبكة استقبلت بعد إطلاق المترو نحو 18 مليون راكب في 75 يوماً فقط.²⁰

تحتاج إلى إلهام؟ اطلع على أمثلة من التطبيقات الحكومية الناجحة

طورت المملكة العربية السعودية عدداً من تطبيقات الهاتف المحمول الحكومية الناجحة. على سبيل المثال، يستخدم تطبيقاً أبشر وتوكلنا على نطاق واسع من قبل ملايين المواطنين والمقيمين، حيث يقدمان خدمات أساسية مثل المعاملات الحكومية والتحديثات الصحية وتصاريح السفر. يحصل كلا التطبيقين باستمرار على تقييمات عالية من الموافقة نظراً لسهولة استخدامهما والتكامل عبر الخدمات. فكر فيما إذا كانت المكونات أو الميزات أو عناصر التصميم ذات الصلة من هذه التطبيقات الناجحة يمكن تطبيقها على التطبيق الذي تقوم بتطويره.

استخدام الإشعارات الفورية كرسائل تذكير في الأوقات المناسبة لتشجيع المتابعة.

يمكن استخدام الإشعارات الفورية لتشجيع العملاء على إعادة التفاعل مع التطبيقات، خاصة في اللحظات المهمة - مثل تذكيرات المواعيد النهائية لتقديم الطلبات أو المدفوعات.

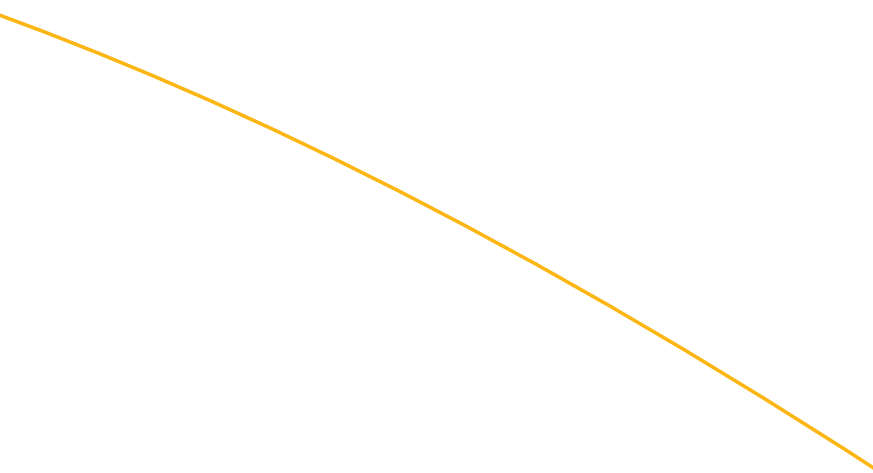
يجب أيضاً مراعاة أفضل توقيت لهذه الإشعارات. مثال: يجب تجنب الأوقات التي قد تثير ردود فعل سلبية (مثل الصباح الباكر أو عطلات نهاية الأسبوع). وبالنسبة لبعض التطبيقات، قد يكون من الضروري مراعاة الروتين اليومي للمستخدمين وأكثر الأوقات ملائمة لهم لإتمام الإجراء المطلوب في الإشعارات (مثال: قد ترسل تطبيقات الأبوة والأمومة إشعارات لحظية عند بلوغ الطفل مراحل رئيسية من حياته).

يمكن أيضاً السماح للعملاء بتخصيص الإشعارات حسب تفضيلاتهم، بما يشمل تمكينهم من تحديد عدد الإشعارات التي يتلقونها، ووتيرة تلقيها، وأنواع المحتوى التي يرغبون في تلقيها. وهذا التخصيص قد يساعد العملاء في الحصول على المعلومات المطلوبة في الوقت الذي يحتاجونها فيه.



03

الصياغة والمحتوى





3- الصياغة والمحتوى

محتويات هذا القسم
تبسيط المفردات وتراكيب الجمل لتسهيل فهم محتوى التطبيق.

تبسيط المفردات وتراكيب الجمل لتسهيل فهم محتوى التطبيق

اللغة الواضحة تفيد الجميع



عندما يكتب المحتوى الحكومي بلغة عربية بسيطة ومباشرة، فإن ذلك يحسن الفهم ليس فقط للأشخاص ذوي مستويات المعرفة القرائية أو المهارات الرقمية المنخفضة، بل لجميع المستخدمين. إن جعل النص واضحاً ومباشراً يقلل من الأخطاء، ويسرع العمليات، ويبني الثقة. لا توجد عيوب في ذلك.

ما سبب الأهمية الكبيرة لاستخدام الصياغة اللغوية البسيطة؟

وهذا يشير إلى أن الصياغة اللغوية غير الواضحة في الوسائل الإلكترونية - وبالأخص في النماذج والتعليمات - تضيف تعقيداً إدارياً وتقلل من رضا المواطنين.

ومن خلال تبسيط الصياغة اللغوية، فإننا نسهّل استخدام التطبيق أمام عدد أكبر من العملاء.

ينبغي ألا ننظر إلى هذه الجوانب على أنها نقاط ضعف، بل علينا التعامل معها كمتغيرات استراتيجية تتطلب التخطيط لها. والسؤال الذي ينبغي أن نطرحه على أنفسنا: ما الذي ينبغي تقديمه لعملائنا في ظل معرفتنا لسماتهم؟

تذكير: لن يحدث أي ضرر من تسهيل استخدام المواقع الإلكترونية وتوضيحها وتبسيطها قدر الإمكان.

يكتسب استخدام الصياغة اللغوية البسيطة أهميته من الرغبة في التواصل مع جميع شرائح عملنا، بمن فيهم ذوو المهارات القرائية والكتابية المحدودة.

تؤكد أبحاث سعودية أن المعرفة الرقمية لا تزال تشكل تحدياً على الرغم من ارتفاع معدلات الإلمام بالقراءة والكتابة بوجه عام، حيث تم تحديد المهارات الرقمية وقابلية الاستخدام والثقة كعوائق رئيسية أمام تبني الخدمات الحكومية الإلكترونية.²¹

مثال: وجدت دراسة أن المواطنين استشهدوا بالمعرفة الرقمية والأمن وقابلية الاستخدام كعقبة بارزة في التعامل مع الخدمات الحكومية عبر الإنترنت.

ما خطوات تنفيذ هذه الاستراتيجية؟

استخدام أبسط المصطلحات قدر الإمكان لمساعدة المستخدمين على فهم التطبيق بسرعة وسهولة عبر نظرة سريعة.

تجنب المصطلحات المتخصصة والقانونية واستخدام بدائل سهلة الفهم.

مثال



ما هي العوائق في التطبيقات؟
التطبيقات إحدى الوسائل الفريدة للتفاعل مع العملاء، فعندما نطلب من عملائنا تنزيل تطبيق واستخدامه، فإننا نطلب منهم مشاركة وجهنا أكبر مما يتطلب الأمر لقراءة بريد إلكتروني أو صفحة موقع إلكتروني. وهنا نجد الإشارة إلى أن التطبيقات ترفع سقف التوقعات.



يستخدم العملاء تطبيقاتنا لإيجاد معلومات أو استخراج تراخيص أو طلب استفسارات أو إجراء مدفوعات، وغير ذلك الكثير. لذا، يجب أن نلبي التطبيقات توقعات عملائنا وأن نسهل في تسير أمورهم. ونوصيكم بقراءة هذا الدليل للاطلاع على معلومات حول كيفية الحد من العوائق في تطبيقاتكم وتسهيل تجربة عملائكم.

مثال



بمجرد تقديمك للطلب، يمكنك التحقق من حالته عبر هذا الرابط.



يمكن للمتقدمين استخدام قناة مساعدة العملاء للاستعلام عن حالة طلبهم الجاري.

على سبيل المثال، يقوم تطبيق ناجز التابع لوزارة العدل السعودية بتجميع الخدمات في أقسام واضحة مثل المحاكم والعقارات والتنفيذ.

كما يستخدم ناجز لغة بسيطة ومباشرة للخدمات الشائعة مثل تقديم طلبات التنفيذ وإصدار التوكيلات أو الوصول إلى وثائق العقارات. من خلال تجنب المصطلحات القانونية المعقدة وتبسيط الخدمات إلى مصطلحات يومية، يضمن التطبيق أن بإمكان المواطنين إتمام المعاملات الأساسية بأقل جهد وفهم أفضل.²²

تبسيط الصياغة اللغوية قدر الإمكان، لأنه من النادر أن يقرأ المستخدمون المحتوى كله الموجود على شاشة التطبيق، ويكتفون بإلقاء نظرة سريعة للبحث عن المعلومات التي تهمهم. استخدام المصطلحات المتخصصة والقانونية يُصعّب على القارئ فهم محتوى التطبيق عبر النظرة السريعة.

استخدام أسئلة بصيغة المتكلم لتقسيم المحتوى إلى وحدات سهلة الاستيعاب.

استخدام تعريفات في نوافذ منبثقة للمصطلحات المتخصصة دون الإخلال بالاتساق.

مثال



ما الوثائق التي يتعين علي تقديمها؟

- نص عشوائي.
- نص عشوائي آخر.
- نص عشوائي ثالث.



الوثائق المطلوبة

- نص عشوائي.
- نص عشوائي آخر.
- نص عشوائي ثالث.

مثال

هذا النص هو مثال على محتوى يمكن تقديمه في هذا القسم ويمكن استبداله بأي نص آخر وهو نص عشوائي مقدم لغرض الحفظ المكاني.

الاستئناف:

طلب يُقدّم إلى محكمة بدرجة أعلى لمراجعة قرار صادر عن هيئة قضائية أو محكمة بدرجة أدنى. مثال: يمكن استئناف قرار صادر عن قاضي محكمة الدائرة الفيدرالية والأسرة أمام المحكمة الفيدرالية، وقد يكون قرار قاض منفرد في المحكمة الفيدرالية موضوع استئناف أمام الهيئة الكاملة للمحكمة الفيدرالية.

يفتح غالبية الأفراد التطبيقات الحكومية بهدف الحصول على خدمة معينة. لذا، يتعين تسهيل تجربتهم من خلال توقع أسئلتهم الشائعة وتنظيم المحتوى بصورة تجيب عنها. مثال "هل أنا مؤهل؟" و"ما الوثائق التي يتعين علي تقديمها؟" أدت هذه الاستراتيجية على سبيل المثال إلى زيادة فهم الشروط التعاقدية وسياسات الخصوصية مقارنة باستخدام عناوين مثل الموضوعات (مثال: "الوثائق المطلوبة")²³

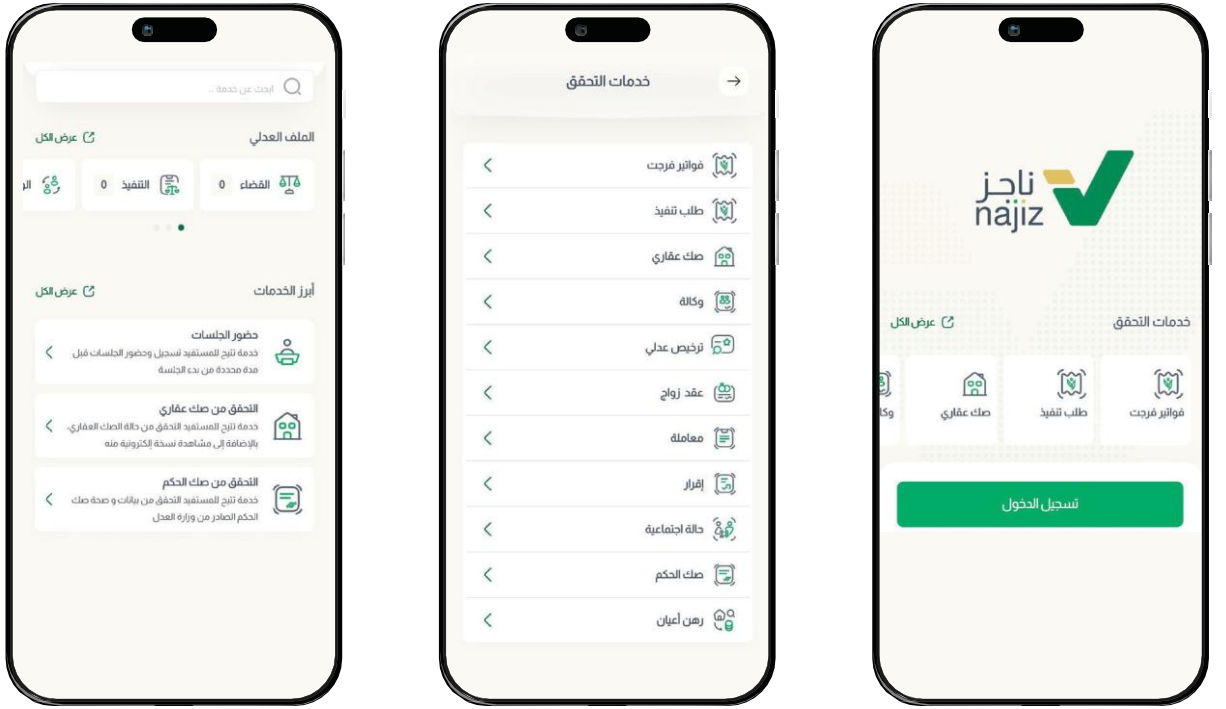
إذا استخدمنا مصطلحًا تقنيًا أو قانونيًا، فعلينا مراعاة إضافة تعريف له بحيث يظهر عندما يضغط المستخدم على الشاشة فوق المصطلح، مع استخدام المصطلحات باتساق في مختلف أقسام التطبيق تفاديًا للتباس.



المعرفة الرقمية.

أفاد ما يقرب من 33% من السعوديين الذين تبلغ أعمارهم 50 عامًا فأكثر عن تدني ثقتهم في إنجاز المهام الرقمية البسيطة مثل تثبيت التطبيقات أو استكمال البيانات المطلوبة في النماذج، وذلك وفقًا لاستبيان أجرته هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات عام 2021. بينما أظهر الأفراد الذين يتمتعون بثقة عالية احتمالية أكبر بمرتين ونصف لإنجاز الخدمات الحكومية بشكل كامل عبر الوسائل الرقمية.²⁴

ينبغي ألا نفترض بأن عملاءنا سيكونون جميعهم على درجة واحدة من المهارة في استخدام المحتوى الإلكتروني. لذا، من المستحسن عند العمل على التطبيق مراعاة الفوارق بينهم لأن البعض سيحتاج إلى المساعدة لاستخدام المحتوى الرقمي.

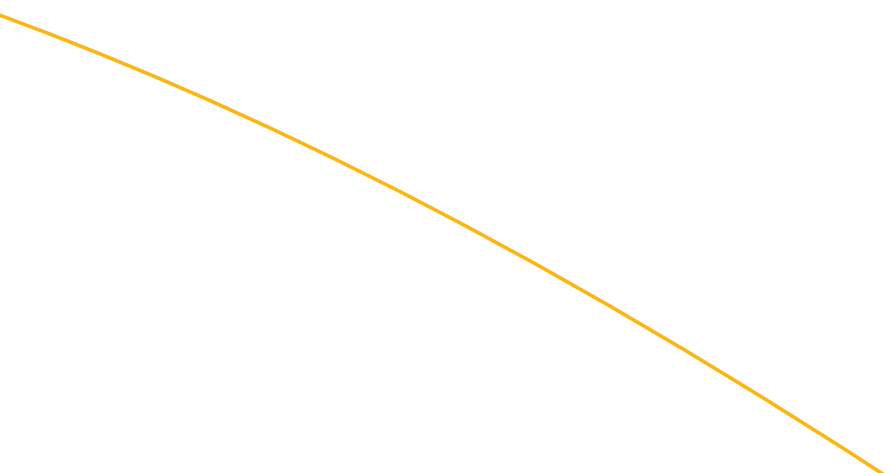


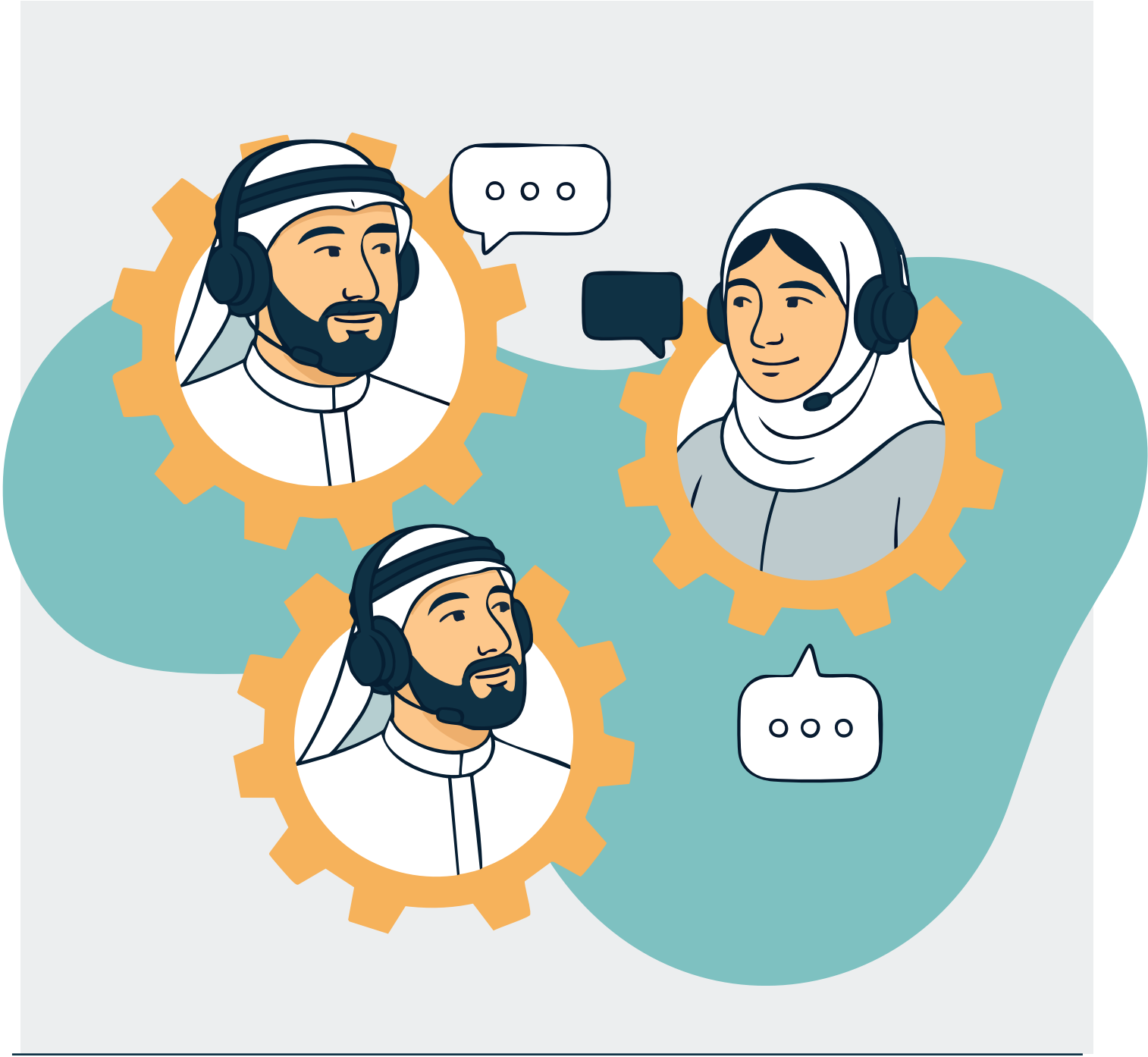
يرشد تطبيق "ناجز" المتقاضين ابتداءً من مباشرة قضية تنفيذ وحتى إغلاقها. وعند تسجيل الدخول، تجمع الصفحة الرئيسية الخدمات حسب المجال (مثال: القضاء، والتنفيذ) وتعرض الإجراءات التالية (على سبيل المثال، حجز موعد، وتقديم وثيقة). ويقدم التطبيق الآن نحو 90 خدمة قضائية، ووصل عدد مرات تنزيله إلى أكثر من مليون مرة.



04

الأنظمة الرقمية





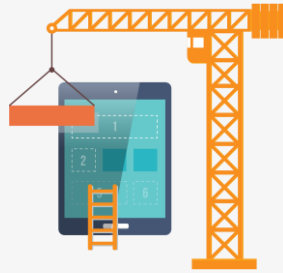
4- الأنظمة الرقمية

محتويات هذا القسم
تتطلب التطبيقات تصميمًا رقميًا جيدًا لتعمل بكفاءة وسلاسة.
دعم العملاء وإتاحة الفرصة لهم للإبلاغ عن المشكلات التقنية والمتعلقة بالمستخدم.



تتطلب التطبيقات تصميمًا رقميًا جيدًا لتعمل بكفاءة وسلاسة

مثال



الصيانة

"نحن تجري حالياً أعمال صيانة. ونؤكد أنها لن تستغرق وقتاً طويلاً."
We are currently performing maintenance. We assure you it won't take long."

فيما يلي بعض الميزات الرئيسية للتطبيق الجيد: تحميل الوسائل بسرعة، وقابلية استخدام التطبيق على جميع الأنظمة، وخلوه من الأخطاء والمشكلات التقنية، لكن من المحتمل أن يكون التعامل مع العناصر التقنية في تصميم الأنظمة الرقمية خارج نطاق العديد من مستخدمي هذا الدليل، وعلى الأرجح أن تحسين النظم الرقمية في التطبيق وصيانتها مسؤولية مشتركة ومستمرة مع فريق مطوري التطبيق ودعمه. لذا، يجب في البداية التأكد من تخصيص موارد كافية لصيانة التطبيق.

1. وظائف الأنظمة الرقمية للتطبيق.
2. تجربة المستخدم داخل التطبيق.
3. استدامة الخدمة المقدمة على المدى الطويل.

يهدف هذا القسم إلى التوصية ببعض الاعتبارات العامة المتعلقة بالعناصر غير المرئية التي تشملها عملية تصميم أي تطبيق. ونوصي بطرح هذه الأفكار في نقاش مع فريق تطوير التطبيق بهدف تحسين الآتي:

استخدام رسائل التذكير والإشعارات لتحفيز العملاء



تتميز التطبيقات بإمكانية إرسال تذكيرات وإشعارات للعملاء بدقة عالية،

ولهذه التذكيرات فعالية كبيرة في مساعدة العملاء على الوفاء بالتزاماتهم واتخاذ الإجراءات في سبيل تحقيق أهدافهم.

في السعودية، استخدم السيف غاليري إشعارات التطبيق الفورية لإعادة إشراك المستخدمين غير النشطين. وحقت رسالة "10 أيام بدون زيارة" نسبة عدد النقرات إلى عدد مرات الظهور بنحو 2.13% ومعدل تحويل بنسبة 57.2%، بينما أدت حملات الجمعة البيضاء عبر الإشعارات الفورية إلى زيادة بنسبة 58% في عدد المستخدمين النشطين يوميًا وزيادة في الإيرادات بنسبة 196%، مما يوضح كيف تُحفّز التذكيرات المرسلة في الوقت المناسب على اتخاذ إجراء.²⁷

تتمتع إشعارات التطبيقات بمزايا الرسائل النصية القصيرة، مثل الإرسال الفوري وسهولة الاطلاع عليها من الهاتف، مع ميزة إضافية تتمثل في إمكانية الربط مباشرة بمحتوى التطبيق. ومن الموصى به الاستفادة الكاملة من هذه الوظيفة عبر تزويد العملاء بتذكيرات عملية في الأوقات المناسبة، ترتبط مباشرة بالمحتوى الذي يُراد لهم التفاعل معه، مثل رابط الحجز أو نموذج التقديم.

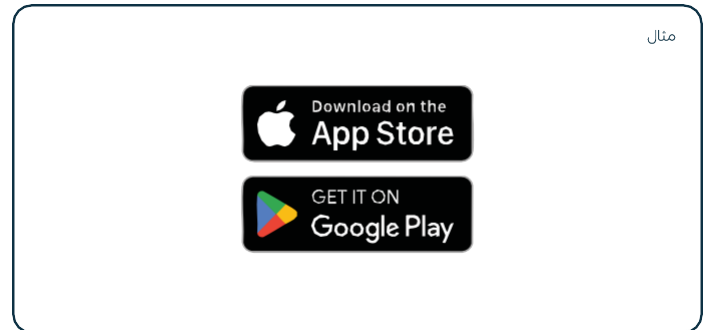
استخدام شاشات رئيسية ديناميكية لمساعدة العملاء على تحقيق أهدافهم

أحد العوامل التي تميز التطبيقات عن المواقع الإلكترونية هو أن التطبيق يكون أكثر تخصيصًا واستجابة وتكيفًا مع احتياجات العملاء ورحلتهم؛

فلا تحتاج الشاشات الرئيسية في التطبيقات إلى عرض المعلومات نفسها بصورة ثابتة في كل مرة، وأضيف إلى ذلك أن التطبيقات تساعد العميل بمزيد من الكفاءة والفعالية على تحقيق أهدافه من خلال تحديث المعلومات بصورة حيوية على الشاشة الرئيسية بما يتوافق مع الخطوة الحالية في رحلته.²⁸

مثال: يرشد تطبيق "ناجز" المتقاضين ابتداءً من مباشرة قضية تنفيذ وحتى إغلاقها. وعند تسجيل الدخول، تجمع الصفحة الرئيسية الخدمات حسب المجال (مثال: القضاء، والتنفيذ) وتعرض الإجراءات التالية (على سبيل المثال، حجز موعد، وتقديم وثيقة). ويقدم التطبيق الآن نحو 90 خدمة قضائية، ووصل عدد مرات تنزيله إلى أكثر من مليون مرة.²⁵

تصميم التطبيق ليكون متاحًا وفي متناول أكبر عدد من الأفراد



يتمثل الهدف الأساسي لكثير من التطبيقات الحكومية في تحسين حياة المواطنين وتسهيل تقديم الخدمات لهم.

ولن يتحقق ذلك على أفضل وجه إلا عندما يُتاح التطبيق لأكثر عدد من الأفراد. وبالإضافة إلى اعتبارات قابلية الاستخدام المذكورة في قسم تجربة المستخدم من هذا الدليل، فيما يلي ثلاث توصيات رئيسية لزيادة نطاق الوصول والانتشار:

1. إتاحة استخدام التطبيق بدون رسوم كخيار افتراضي.
2. إتاحة استخدام التطبيق على نظامي iOS وAndroid.
3. تحميل التطبيق بأسرع وأسهل ما يمكن، واستخدام المصطلحات باتساق في مختلف أقسام التطبيق تفاديًا للالتباس.

دعم العملاء وإتاحة الفرصة لهم للإبلاغ عن المشكلات التقنية والمتعلقة بالمستخدم

مثال

هل تستمتع بهذا التطبيق؟

ما تقييمك لهذا التطبيق على مقياس من 1 إلى 10؟

10

9

8

7

6

5

4

3

2

1

إرسال

من شأن تقديم الدعم الفني العملي أن يعطي العميل لمحة سريعة عن مدى تقديره الجهة صاحبة التطبيق، وسيؤدي جمع الملاحظات والتعليقات حول المشكلات الشائعة والعمل على تصحيحها بسرعة إلى تحسين تجربة المستخدم.

ما خطوات تنفيذ هذه الاستراتيجية؟

التسهيل على المستخدمين في الإبلاغ عن المشكلات وتقديم ملاحظاتهم وتعليقاتهم.

مثال

هل تحتاج إلى مساعدة؟

1 الإبلاغ عن مشكلة

2 اقتراح تحسين

3 طرح سؤال

من الضروري توفير آلية للمستخدمين لتقديم آرائهم والإبلاغ عن أي أخطاء أو عيوب فنية أو مشكلات قد تسبب تعقيداً غير ضروري في التطبيق. لذا، من المستحسن مراعاة إنشاء نموذج إلكتروني داخل التطبيق نفسه. وهذا النموذج إذا اشتمل على توجيهات تفصيلية سيُنظم الملاحظات والتعليقات الواردة، مما يضمن تسجيل جميع التفاصيل المطلوبة لإصلاح المشكلة.

توفير معلومات الدعم الفني بصورة مخصصة حسب الاحتياجات.

مثال

الأسئلة

ما هي العوائق في التطبيقات؟

الخطوات التي أدرتها لتتفاعل مع العملاء بها، ما الذي لم تعملنا جيداً؟

توجد عيوب في التطبيق، هل يمكنك تحسينها؟ وما هي الملاحظات التي يمكنك تقديمها؟

ما الفائدة من ذلك؟

كيف يمكنك تبرير هذا الدليل وكيفية استخدامه؟

كيف يمكن تقليل التعقيدات؟

ما كيفية اختيار أفضل خطأ؟

عندما يواجه العملاء صعوبات في استخدام التطبيق، يتعين أن يُتاح لهم الوصول إلى قسم الأسئلة الشائعة. وفي حال تعذر حل مشكلتهم ذاتياً، فيجب تحويلهم إلى فريق الدعم المختص ضمن الإدارة المعنية.

مراجعة تفاعل العملاء وملاحظاتهم وتعليقاتهم بصورة دورية لإصلاح المشكلات بسرعة.

مثال

هل تسمع بهذا التطبيق؟

ما تقييمك لهذا التطبيق على مقياس من 1 إلى 9؟

1 2 3 4 5 6 7 8 9

إرسال

تخضع التطبيقات الناجحة للتحديث والتحسين على الدوام بناءً على ملاحظات العملاء وتعليقاتهم واختبارات المستخدمين. والعملاء الذين يستخدمون التطبيق هم الأقدر على معرفة مدى فعالية خدمة التطبيق في تحقيق الغرض المرجو منه. لذا، يجب إجراء مراجعة دورية ومنهجية لجميع الملاحظات والتعليقات الواردة حتى يتمكن فريق التطوير من التعامل معها وتصحيح المشكلات بسرعة للمستخدمين.



كيفية اختبار مدى نجاح التغييرات في التطبيق

تُحدّد نسخة الصفحة ("A" أو "B") المراد عرضها على كل مستخدم بطريقة عشوائية، مما يعطي فكرة جيدة عن النسخة التي تحقق أداءً أفضل من الأخرى.

ولمعرفة المزيد عن اختبار التقسيم وكيفية إجرائه، نوصيكم بقراءة دليل الاختبار من هنا.

ما ينجح اليوم قد لا ينجح غداً. فحتى عند استخدام المرنّيات السلوكية المبنية على الأدلة والبراهين، لا يمكننا ضمان النتائج في كل سياق. لذا، فإن اختبار التغييرات المقترحة على التطبيقات يعد خطوة أساسية لأنه:

- يُمكن من اكتساب ثقة بأن التغييرات ستُحقق النتائج المرجوة.
- يُساعد على تقليل العواقب غير المقصودة
- يُساعد على تعظيم العائد على الاستثمار لأننا لن نُنفذ وننشر سوى التغييرات التي تُثبت فعاليتها.

من أكثر الطرق المفيدة في اختبار التطبيقات هو اختبار التقسيم (A/B) الذي يتضمن عرض نسخة من صفحة التطبيق على نصف المستخدمين والنسخة الأخرى على النصف الآخر.

كيف يسهم المركز في تقليل العوائق

يعمل مركز الرياض للسياسات السلوكية على دعم العاملين بالجهات الحكومية في مختلف مناطق المملكة بهدف تحديد العوائق والحد منها في إجراءاتهم،

ويقدم المركز دعماً متنوعاً يشمل الآتي:

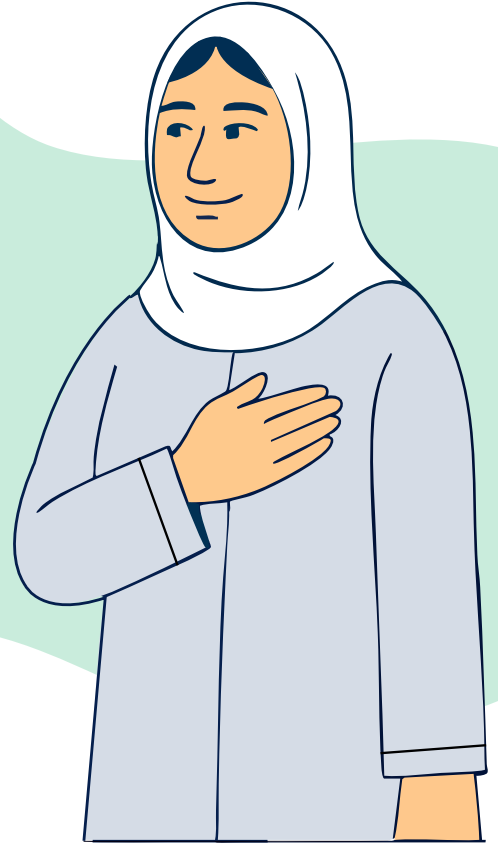
مجموعة أدوات تدقيق العوائق

تحتوي مجموعة أدوات تدقيق العوائق على موارد مفيدة لتحديد العوائق وإزالتها، بما يشمل أدلة تدقيق العوائق ومقاييسها، وسيواظب المركز على تحديث هذه المجموعة بالمستجدات التي تنشأ في مجال تدقيق العوائق.

الدعم المتخصص

يقدم المركز دعماً للفرق الراغبة في الحد من العوائق في إجراءاتها، بما يشمل الآتي:

- تقديم النصائح والموارد.
 - عقد اجتماعات مع فرق العمل لشرح المنهجية وكيفية استخدام أداة تحديد العوائق أداة المبسطة.
 - مراجعة التقدم الذي يحرزه الفريق في عملية التدقيق.
 - توفير دعم مخصص خلال اجتماعات دورية (بحسب اللزوم).
- للحصول على الدعم المتخصص، يُرجى التواصل معنا على البريد التالي: rbic@hrsd.gov.sa



الحواشي الختامية

1. <https://buildfire.com/app-statistics/?text=Key%20Mobile%20App%20Statistics&text=The%20Apple%20App%20Store%20has%201.96%20million%20apps%20available%20for%20download>.
2. Criteo data of 15 highly active app user countries from December 5, 2019-January 8
3. <https://www.statista.com/statistics/271644/worldwide-free-and-paid-mobile-app-store-downloads/>
4. Cass R. Sunstein, Sludge and Ordeals, 68 Duke Law Journal 1843-1883 (2019) Available at: <https://scholarship.law.duke.edu/dlj/vol68/iss9/6>
5. Cialdini (2007). Influence: The Psychology of Persuasion. New York: HarperBusiness, Revised Edition.
6. Saudi Data & AI Authority (SDAIA). (2025, June 14). Over 1.3 billion digital card views recorded via Tawakkalna app wallet [Link](#)
7. Mangen, A., Walgermo, B. R., & Brønnick, K. (2013). Reading linear texts on paper versus computer screen: Effects on reading comprehension. International Journal of Educational Research, 58, 61-68.
8. Babich, N. (2017, July 1). The Power of Whitespace. Retrieved from <https://uxplanet.org/the-power-of-whitespace-ala95e45f82b>
9. Amos, J. (2018, May 22). A guide to effective use of white space in web design. Retrieved from <https://getflywheel.com/layout/effective-use-white-space-web-design/>
10. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-principles>
11. Gobet, F., Lane, P.C., Croker, S., Cheng, P.C., Jones, G., Oliver, I., & Pine, J.M. (2001). Chunking mechanisms in human learning. Trends in Cognitive Sciences, 5(6), 236-243.
12. Behavioral Insights Team (2017). Update Report 2016-17.
13. Time Out Riyadh. (2025, March 19). Riyadh's bus on demand service launches on Darb app. [Link](#)
14. Behavioral Insights Team. (2019). Best practice guide: Improving consumer understanding of contractual terms and privacy policies: evidence-based actions for business.
15. Behavioral Insights Team. (2014). EAST: Four simple ways to apply behavioral insights.
16. Camgöz, N., Yener, C., & Güvenç, D. (2004). Effects of hue, saturation, and brightness: Part 2: Attention. Color Research & Application 29(1), 20-28.
17. Cao, Y., Proctor, R. W., Ding, Y., Duffy, V. G., Zhang, Y., & Zhang, X. (2020). Influences of Color Salience and Location of Website Links on User Performance and Affective Experience with a Mobile Web Directory. International Journal of Human-Computer Interaction, 1-13. doi:10.1080/10447318.2020.1838188
18. Pawar, S. (2018, June 26). 8 Principles of Good Website Design. Retrieved from <https://wpastra.com/good-website-design/>
19. Willings, C. Font Legibility. Retrieved from <https://www.teachingvisuallyimpaired.com/font-legibility.html> and Queensland Government website standards, guidelines and templates. Retrieved from: <https://www.forgov.qld.gov.au/cue-module1-checkpoint8-font-color-contrast>
20. Saudi Gazette. (2025, February 14). Riyadh Metro records 18 million users in 75 days since launch; Blue Line the busiest route. [Link](#)
21. Hasan, A., Alenzay, A. A., & Habib, S. (2024). Examining the drivers and barriers to adoption of e-government services in Saudi Arabia. Journal of Innovative Digital Transformation, 1(1). Emerald Publishing. [Link](#)
22. Ministry of Justice (KSA). (2025, July 7). Saudi MoJ sends over 11.8M e-notices to litigants in 2025. Ministry of Justice, Kingdom of Saudi Arabia. [Link](#)
23. Behavioral Insights Team. (2019). Best practice guide: Improving consumer understanding of contractual terms and privacy policies: evidence-based actions for business.
24. Al-Dhahni, S. (2025, April 9). Research on older persons' access and use of technology in the Arab region: Critical overview and future directions [Link](#)
25. Ministry of Justice (KSA). (2024, December 20). Saudi MoJ processes 1.9 million enforcement requests digitally in 2024. Ministry of Justice, Kingdom of Saudi Arabia [Link](#)
26. Schneider, C., Weinmann, M., & Vom Brocke, J. (2018). Digital nudging: guiding online user choices through interface design. Communications of the ACM, 61(7), 67-73.
27. MoEngage. (2025). Alsaif Gallery Witnesses 15% Increase in Revenue with Flows and Smart Recommendations [Link](#)

نود أن نسمع آراءكم!

هذه النسخة من وثيقة تقليل العوائق في التطبيقات الصادرة عن حكومة نيو ساوث ويلز هي ترجمة للمادة الأصلية المكتوبة باللغة الإنجليزية والتي أعدتها وحدة المراثيات السلوكية التابعة لحكومة نيو ساوث ويلز. وتهدف هذه الترجمة إلى نقل المادة الأصلية المكتوبة باللغة الإنجليزية نقلاً أميناً ودقيقاً مع توطئتها بما يناسب السياق المحلي لزيادة وضوحها وملاءمتها للقارئ العربي.

تظل النسخة الإنجليزية الأصلية هي المصدر الرسمي. وفي حال وجود أي تعارض أو غموض أو سوء تفسير، تُعطى الأولوية للنسخة الإنجليزية.

تحتفظ حكومة نيو ساوث ويلز بجميع حقوق الملكية الفكرية فيما يخص تقليل العوائق في التطبيقات، بما في ذلك المادة الأصلية المكتوبة باللغة الإنجليزية. ويحتفظ مركز الرياض للسياسات السلوكية بحقوق الملكية الفكرية فيما يخص التعديلات الثقافية ودراسات الحالة الإقليمية، ويأتي ذلك ضمن إطار الاعتراف المتبادل بين الطرفين بالعمل الجماعي الذي أثمر عن هذه الترجمة إلى اللغة العربية. وهنا ننوه إلى أن استخدام هذه الترجمة يقتصر على الأغراض التعليمية والبحثية وما يحقق المصلحة العامة، ولا يجوز استخدامها لأي أغراض تجارية، أو إعادة إنتاجها بهدف الربح، أو توزيعها على نحو يدر مكسباً تجارياً دون الحصول على إذن كتابي مسبق من حكومة نيو ساوث ويلز.

بإطلاعكم على هذه الترجمة واستخدامها، فإنكم تقرون وتقبلون بشروط الاستخدام وقبوده الواردة أعلاه."

إذا كانت لديكم أي تعليقات أو أسئلة أو ملاحظات حول الدليل، فيرجى التواصل معنا عبر البريد الإلكتروني: rbic@hrsd.gov.sa

