

قاموس

مصمم

المنتجات

الرقمية

PRODUCT DESIGN DICTIONARY

مقدمة

في عالم يتسارع فيه تطوير المنتجات الرقمية، أصبح تصميم تجربة المستخدم (UX) ركيزة أساسية لا يمكن تجاهلها. غير أن أحد أبرز التحديات التي يواجهها المصممون والمنتجون العرب هو غياب مرجع موحد يجمع المصطلحات الأساسية في هذا المجال بلغة واضحة وسهلة الفهم.

من هنا جاءت فكرة UX Dictionary – قاموس تصميم المنتج.

هذا الكتاب ليس كتابًا نظريًا، بل هو مرجع عملي يضم أكثر من 70 مصطلحًا من أكثر المفاهيم استخدامًا في مجال UX وتصميم المنتج، مقدمًا بتعريف دقيق بالإنجليزية وترجمة عربية واضحة لكل مصطلح. سواء كنت مصممًا يبدأ مسيرته، أو محترفًا يبحث عن مرجع سريع، أو مديرًا يريد فهم لغة فريق التصميم – ستجد في هذا القاموس ما تحتاجه.

المصطلحات مرتبة أبجديًا من A إلى W، وتغطي محاور متعددة تشمل: أساليب البحث، أدوات التصميم، مفاهيم المنتج، ومبادئ إمكانية الوصول والشمول.

نأمل أن يكون هذا الإصدار 0.1 بداية لمحتوى أشمل وأوسع – نبيه معًا.

A

A / B Testing	اختبار A / B
Accessibility	إمكانية الوصول
Affinity Map	خريطة التقارب
Assistive Technology (AT)	التقنيات المساعدة

B

Breadcrumbs	مسارات التنقل
-------------	---------------

C

Card Sorting	فرز البطاقات
Conversion Rate	معدل التحويل
CTA	الدعوة لاتخاذ إجراء
Clickstream	مسار النقر
Clickstream Analysis	تحليل مسار النقر
Continuous Product Discovery	الاكتشاف المستمر للمنتج
Competitive Audit	تحليل المنافسين

D

Design Sprint	الورشة التصميمية المكثفة (سprint التصميم)
Design Debt	ديون التصميم
Data-Driven Design	التصميم القائم على البيانات
Decision Matrix	مصفوفة القرار أو مخطط القرار

E

Eye Tracking	تتبع حركة العين
End Users	المستخدمون النهائيون
Ethical Design	التصميم الأخلاقي
Empathy Map	خريطة التفهم

F

Five Second Test	اختبار الخمس ثواني
Framework	إطار عمل
Fidelity	الدقة
Funnel Testing	اختبار مراحل التحويل
Flowchart	الرسم التخطيطي

G

Gestalt Principles	مبادئ جشطالت
--------------------	--------------

H

Heatmap	الخريطة الحرارية
---------	------------------

I

Iconography	نظام الأيقونات
Information Architecture (IA)	معمارية المعلومات
Ideation	توليد الأفكار
Inclusive Design	التصميم الشمولي
Iterative Design	التصميم التكراري
Interaction Design	التصميم التفاعلي

K

Key Performance Indicators (KPIs)	مؤشرات الأداء الرئيسية
-----------------------------------	------------------------

M

Mood Board	لوحة التوجّه البصري
Minimum Viable Product (MVP)	الحد الأدنى من المنتج القابل للتطبيق
Microcopy Strategy	استراتيجية النصوص المصغرة
Microcopy	النصوص المصغرة
Mockup	النموذج البصري
Mental Models	النماذج العقلية

N

Navigation Test	اختبار التنقل
-----------------	---------------

P

Problem Statement	صياغة المشكلة
Product Life Cycle	دورة حياة المنتج
Product Roadmap	خارطة طريق المنتج
Product Discovery	اكتشاف المنتج
Prototype	النموذج الأولي
Prototype Test	اختبار النموذج الأولي
Product Management	إدارة المنتج
Persona	نموذج المستخدم (پرسونا)

P

Product Adoption	عملية اعتماد المنتج (تبني المنتج)
Pain Points	نقاط الضعف
Preference Test	اختبار التفضيل

Q

Qualitative Research	البحث النوعي
Quantitative Research	البحث الكمي

R

Responsive Design	التصميم المتجاوب
Research Ops	عمليات البحث

S

Sitemap	خريطة الموقع
Serial Position Effect	تأثير الترتيب التسلسلي
Storyboard	القصة المصورة

T

Tree Testing	اختبار هيكل المعلومات
--------------	-----------------------

U

User Interface (UI) Design	تصميم واجهة المستخدم
User Journey Map	خريطة رحلة المستخدم
User Testing	اختبار المستخدم
User Experience (UX) Design	تصميم تجربة المستخدم (UX)
User Experience (UX) Writing	الكتابة لتجربة المستخدم
User Experience Research (UEX)	البحث المرتبط بتجربة المستخدم
User-Centered Design	التصميم المرتكز على المستخدم
Usability Testing	اختبار قابلية الاستخدام
User Story	قصة المستخدم

V

Variation Set	مجموعة البدائل
---------------	----------------

W

Wireframe	الإطار الهيكلي
Widget	عنصر واجهة مصفّر

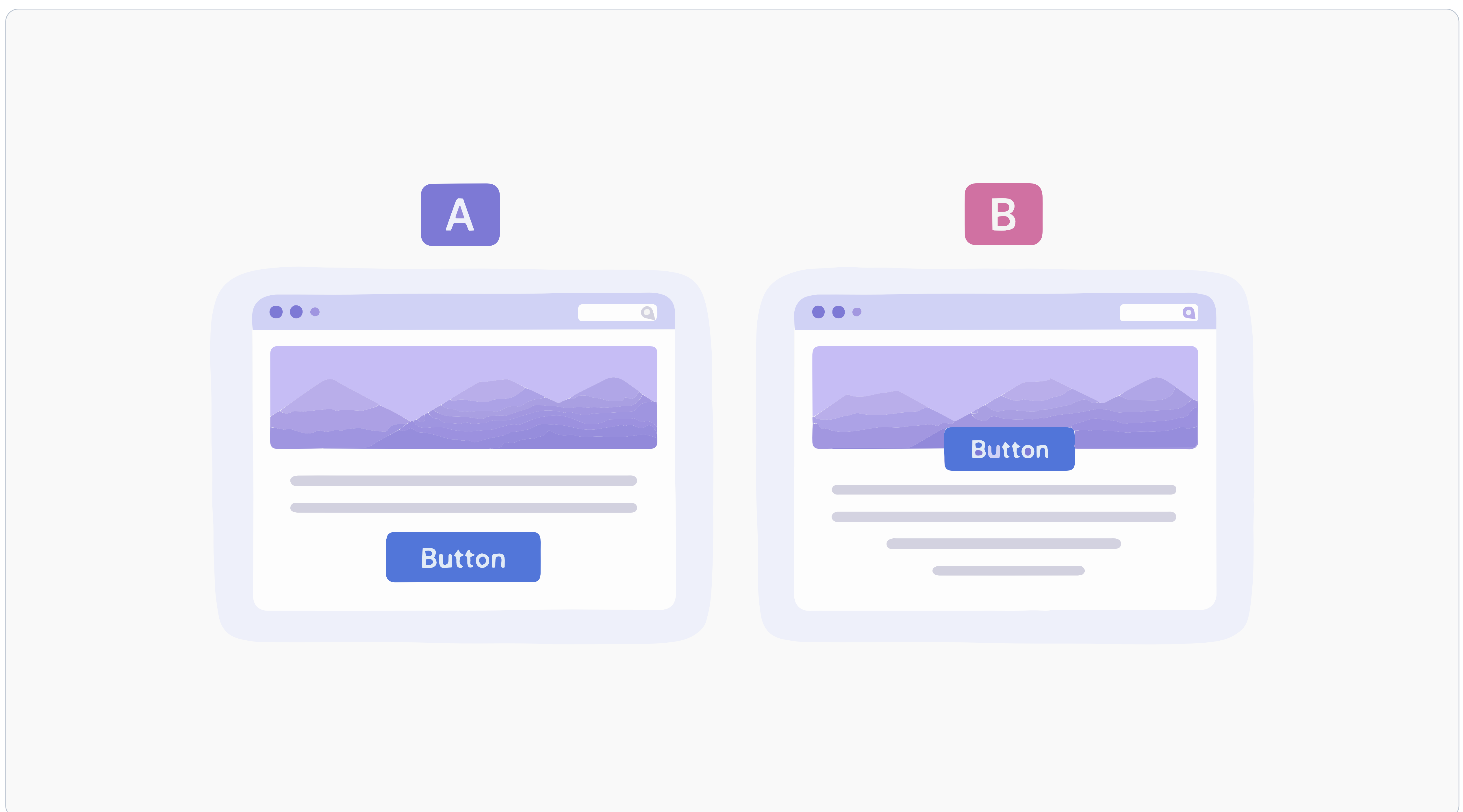
A / B Testing

A/B testing is a quantitative UX research method used to compare two versions of a digital element to determine which performs better. Users are split between Version A (control) and Version B (variant), and performance is measured using metrics such as clicks, conversions, or engagement.

This method supports data-driven decision-making by validating design changes and optimizing user experience based on real user behavior.

اختبار A / B

اختبار A / B هو أسلوب بحث كمي في تجربة المستخدم يُستخدم لمقارنة نسختين من عنصر رقمي لمعرفة أيهما يحقق أداءً أفضل. يتم تقسيم المستخدمين بين النسخة الأساسية (A) والنسخة البديلة (B)، ثم قياس النتائج باستخدام مؤشرات مثل النقرات أو التحويلات أو التفاعل. يساعد هذا الأسلوب على اتخاذ قرارات قائمة على البيانات وتحسين تجربة المستخدم بناءً على سلوك المستخدم الفعلي.



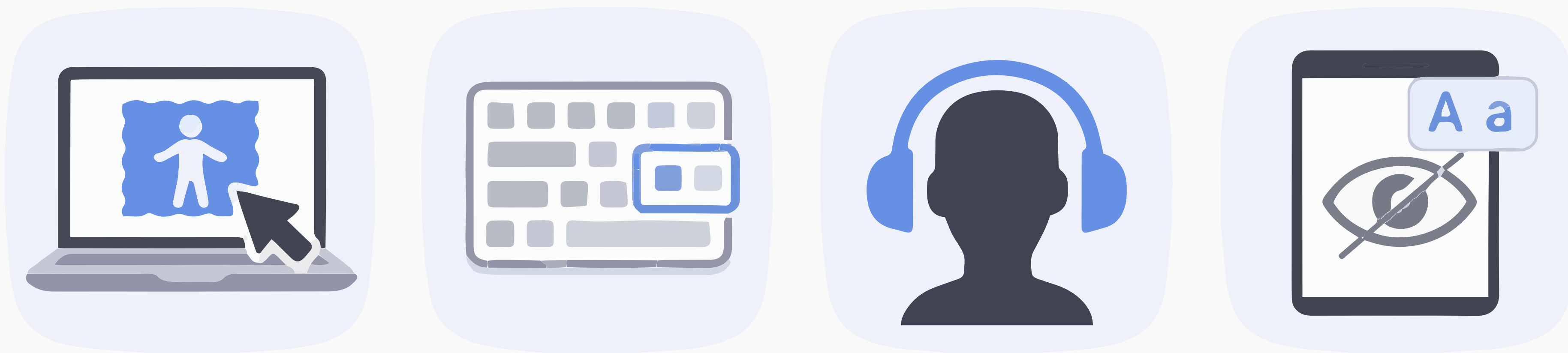
Accessibility

Accessibility is the practice of designing digital products and services so they can be used effectively by everyone, including people with disabilities and situational limitations.

It ensures that all users can access information and complete tasks regardless of visual, auditory, motor, or cognitive differences. Accessibility in UX is commonly guided by standards such as WCAG to promote equal access and inclusive experiences.

إمكانية الوصول

إمكانية الوصول هي تصميم المنتجات والخدمات الرقمية بحيث تكون قابلة للاستخدام من قبل جميع المستخدمين، بما في ذلك الأشخاص ذوو الإعاقات أو القيود الظرفية. تهدف إمكانية الوصول إلى تمكين الجميع من الوصول إلى المعلومات وإنجاز المهام بغض النظر عن الاختلافات البصرية أو السمعية أو الحركية أو الإدراكية، وغالبًا ما تستند إلى معايير مثل WCAG لضمان تجارب شاملة وعادلة.

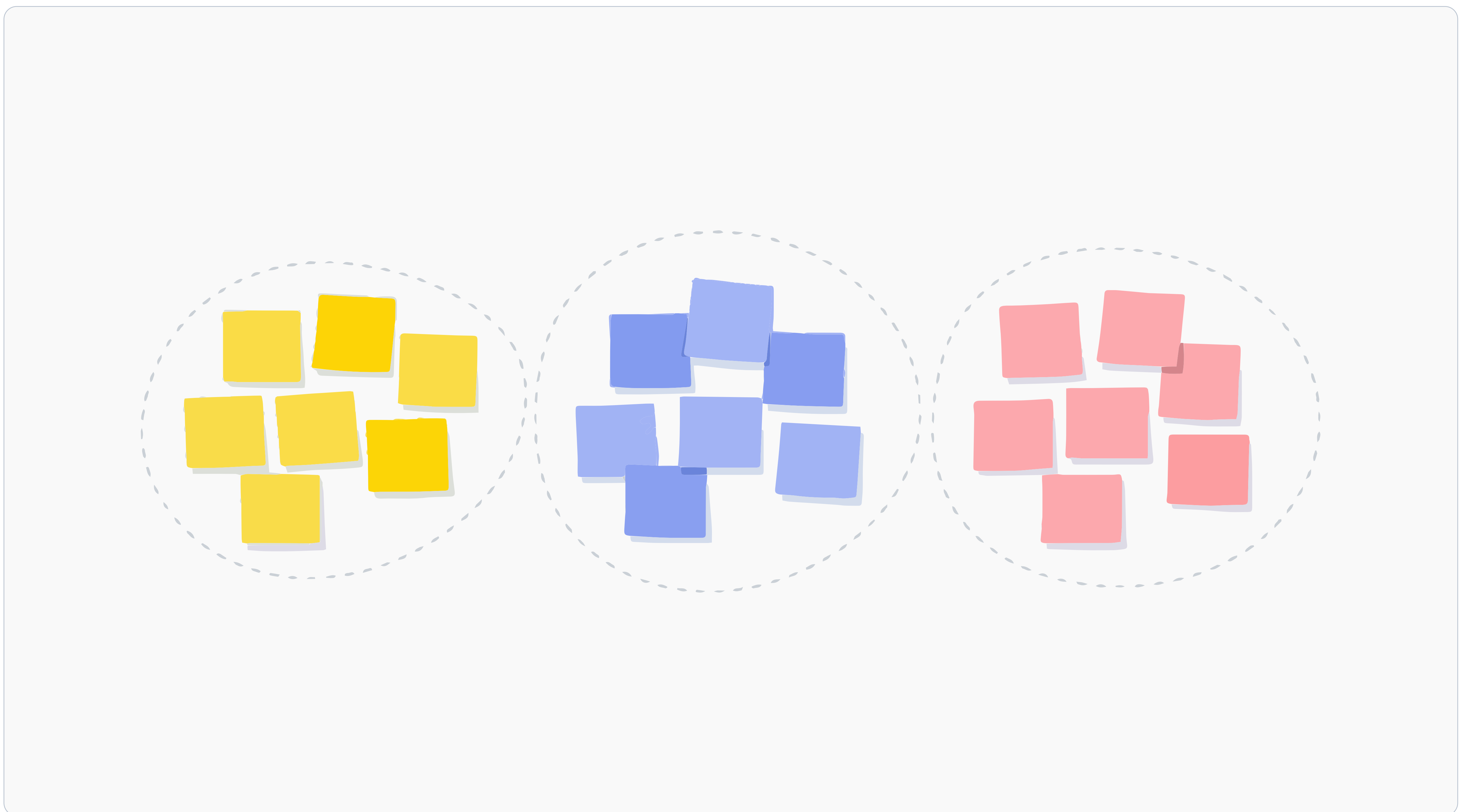


Affinity Map

Affinity map is a qualitative research synthesis method used to group related data into themes, helping teams identify patterns, insights, and relationships within research findings.

خريطة التقارب

خريطة التقارب هي أسلوب لتحليل الأبحاث النوعية يُستخدم لتجميع البيانات ذات الصلة ضمن مواضيع مشتركة، مما يساعد الفرق على تحديد الأنماط والرؤى والعلاقات داخل نتائج البحث.



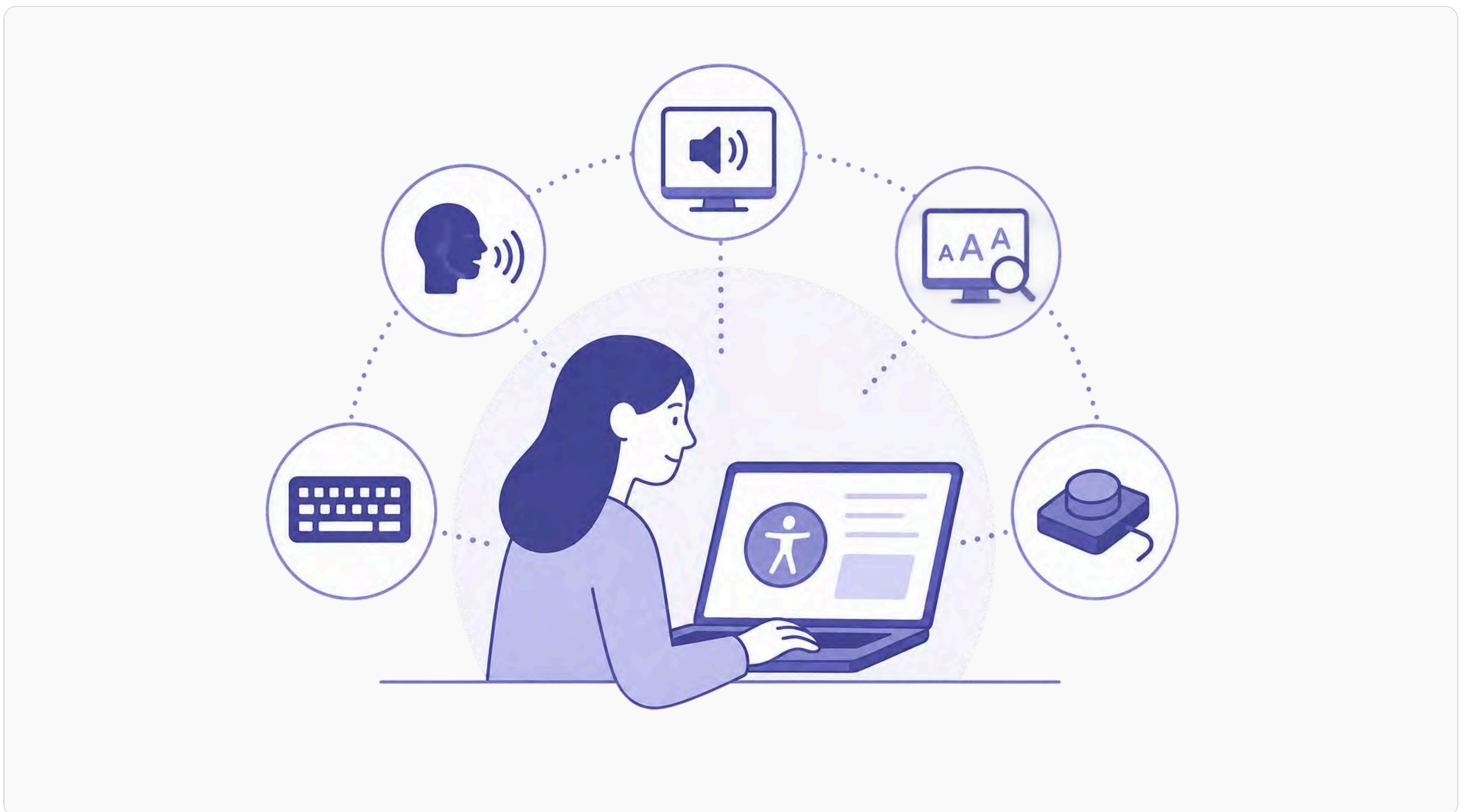
Assistive Technology (AT)

Assistive Technology refers to hardware and software tools that help people with disabilities interact with digital and physical products. It enables users to perform tasks, access information, and use systems more independently, supporting accessibility and inclusive design.

Common examples include screen readers that convert text to speech for visually impaired users, voice recognition software, screen magnifiers, alternative keyboards, and switch devices. Designing products that work seamlessly with assistive technologies is essential for creating truly inclusive experiences.

التقنيات المساعدة

التقنيات المساعدة هي أدوات أو برامج أو أجهزة تُستخدم لتمكين الأشخاص ذوي الإعاقة من التفاعل مع المنتجات الرقمية أو المادية. تساعد هذه التقنيات على إنجاز المهام والوصول إلى المعلومات بشكل أكثر استقلالية، وتدعم تحقيق سهولة الوصول والتصميم الشامل. من أبرز أمثلتها: قارئات الشاشة التي تُحوّل النص إلى صوت لذوي الإعاقة البصرية، وبرامج التعرف على الصوت، ومُكَبِّرات الشاشة، ولوحات المفاتيح البديلة، وأجهزة التبديل. ويُعدّ تصميم المنتجات بحيث تعمل بسلاسة مع هذه التقنيات أمرًا أساسيًا لخلق تجارب شاملة وعادلة.

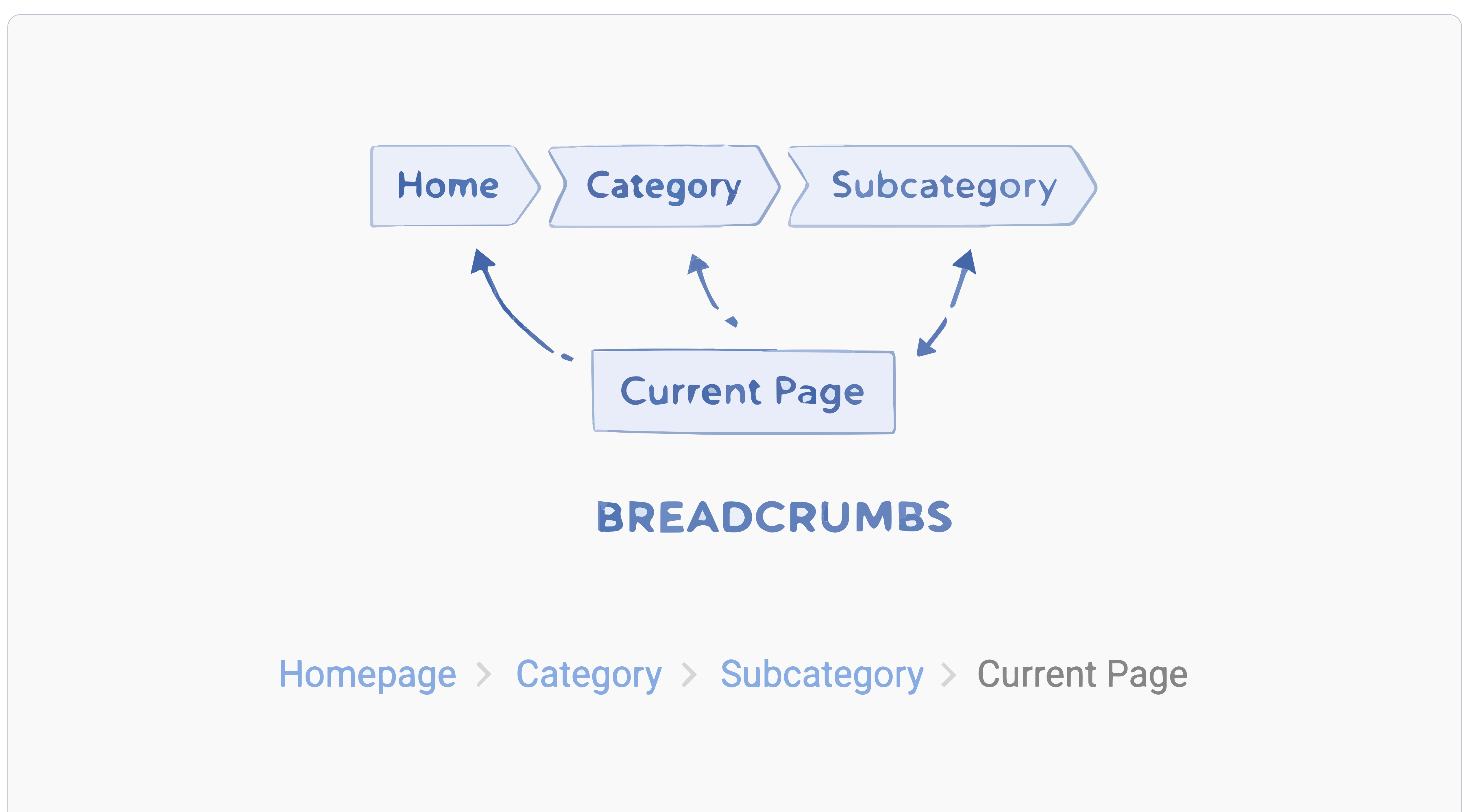


Breadcrumbs

Breadcrumbs are a navigation pattern used in websites and applications to help users understand their current location within a product's hierarchical structure. They display the path from higher-level pages to the current page, allowing users to move backward easily and maintain orientation while navigating.

مسارات التنقل

تُعدّ مسارات التنقل نمطًا يُستخدم في مواقع الويب والتطبيقات لمساعدة المستخدمين على فهم موقعهم الحالي ضمن الهيكل الهرمي للمنتج. تُظهر هذه المسارات التسلسل من الصفحات ذات المستوى الأعلى إلى الصفحة الحالية، مما يتيح للمستخدمين الرجوع بسهولة والحفاظ على وضوح الاتجاه أثناء التنقل.



Card Sorting

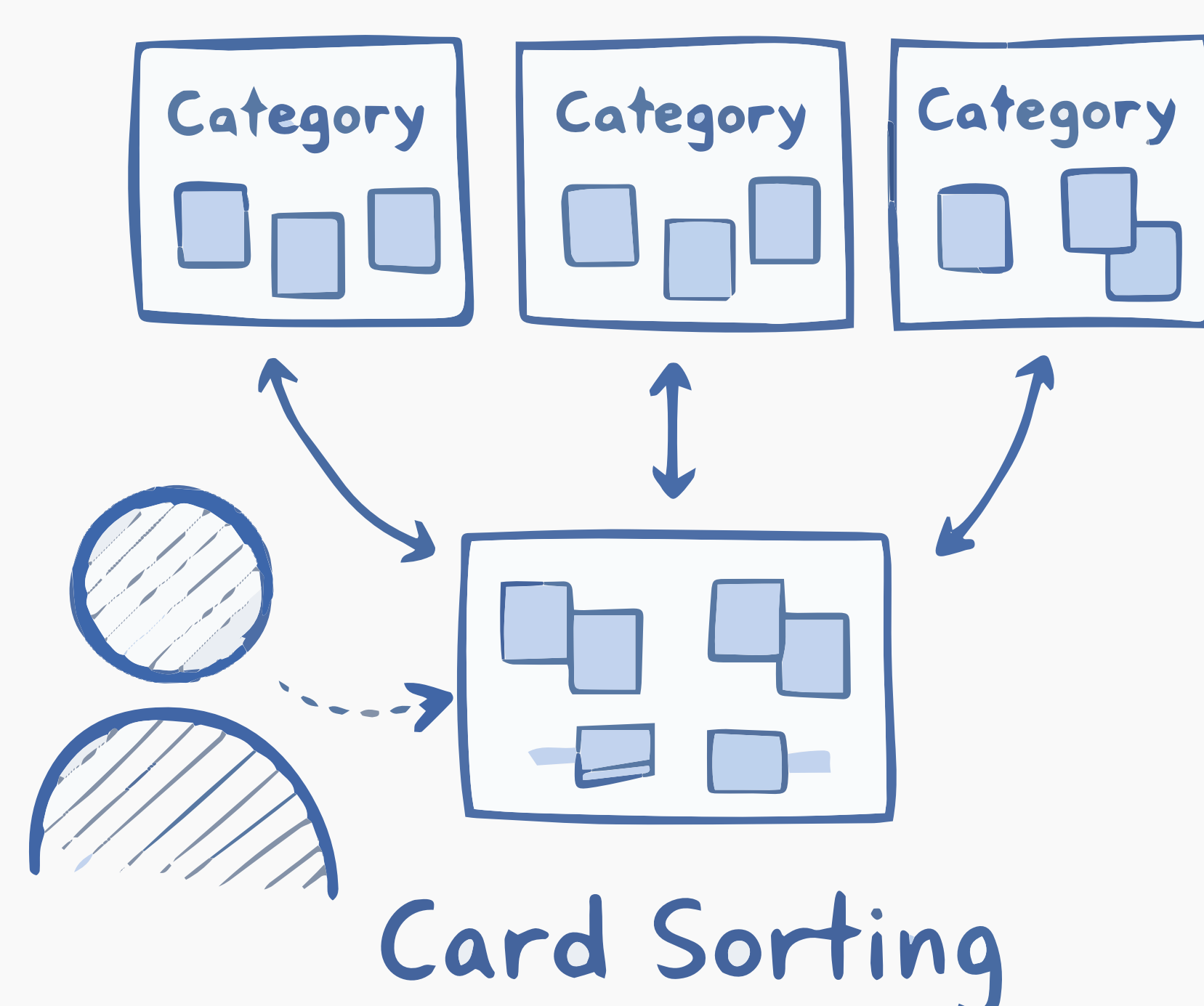
Card sorting is a user-centered UX research method in which participants organize topics, content, or features into logical groups. It is used to understand users' mental models and support the creation of intuitive navigation, helping improve information architecture (IA).

Types of card sorting include open (users create categories), closed (users use predefined categories), and hybrid.

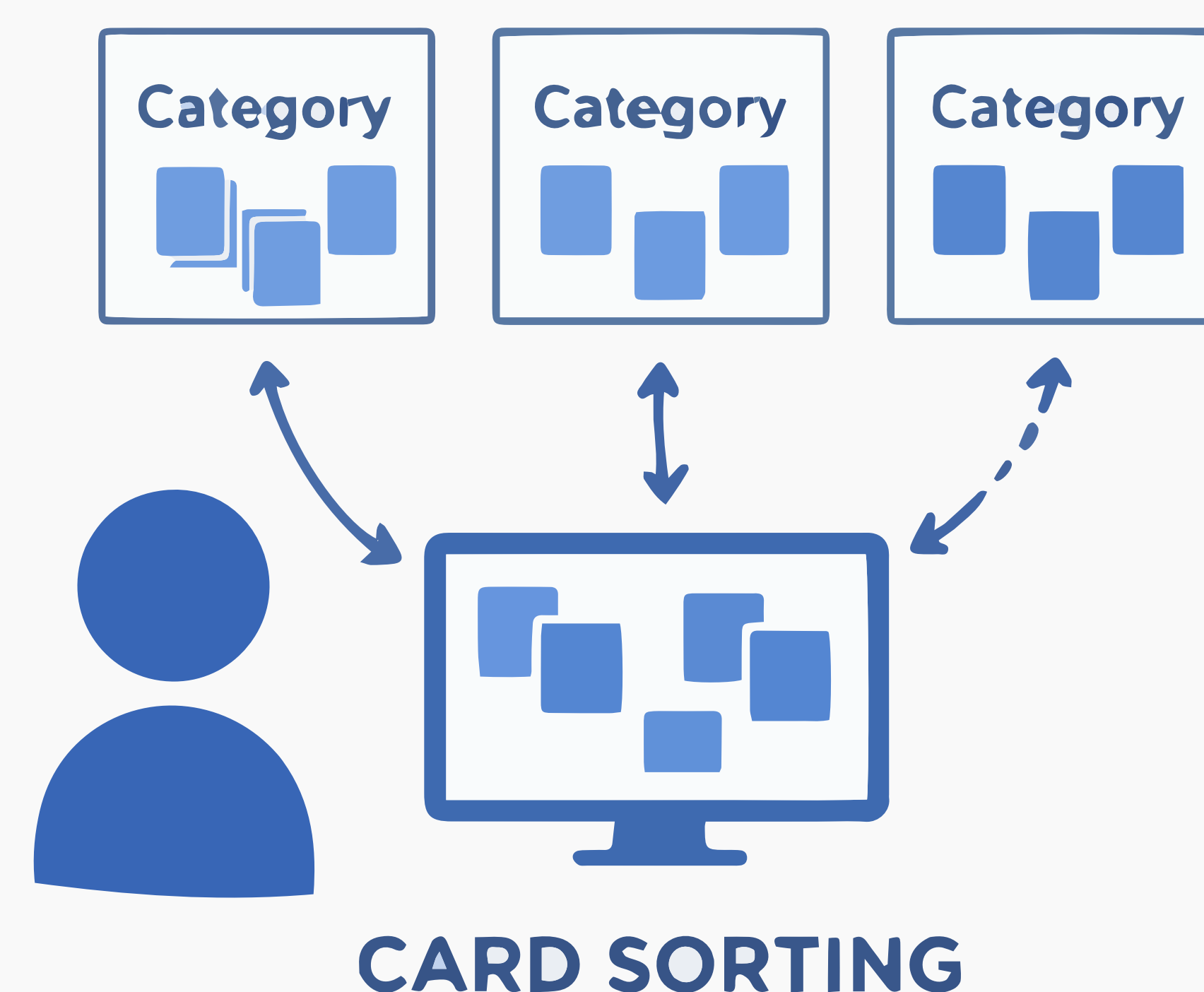
فرز البطاقات

فرز البطاقات هو أسلوب بحثي في تجربة المستخدم يركز على المستخدم، حيث يقوم المشاركون بتنظيم المواضيع أو المحتوى أو الميزات ضمن مجموعات منطقية. يُستخدم هذا الأسلوب لفهم النماذج الذهنية للمستخدمين ودعم إنشاء نظام تنقل سهل الاستخدام، مما يُسهم في تحسين بنية المعلومات. تشمل أنواع فرز البطاقات: المفتوح (حيث يُنشئ المستخدمون الفئات)، والمغلق (حيث يستخدم المستخدمون فئات مُحددة مسبقًا)، والهجين.

Handwritten / Sketch Style



Geometric Shape Style



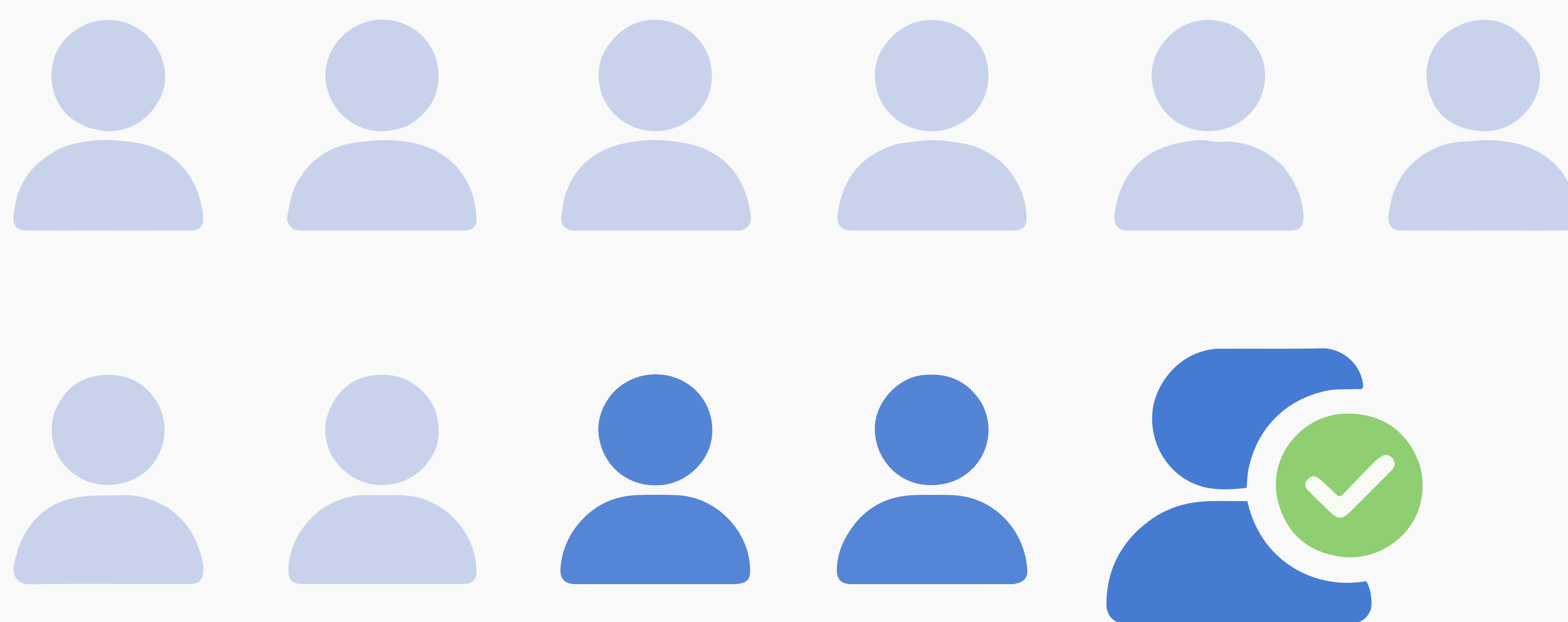
Conversion Rate

Conversion rate is the percentage of users who complete a desired action within a digital product, such as signing up, making a purchase, or submitting a form.

It is used by product and UX teams to evaluate how effectively a design supports user goals and encourages meaningful actions.

معدل التحويل

معدل التحويل هو النسبة المئوية للمستخدمين الذين يُكملون إجراءً مطلوبًا داخل منتج رقمي، مثل التسجيل أو الشراء أو إرسال نموذج. يُستخدم هذا المؤشر من قبل فرق المنتج وتجربة المستخدم لتقييم مدى فعالية التصميم في دعم أهداف المستخدم وتشجيع التفاعل الهادف.

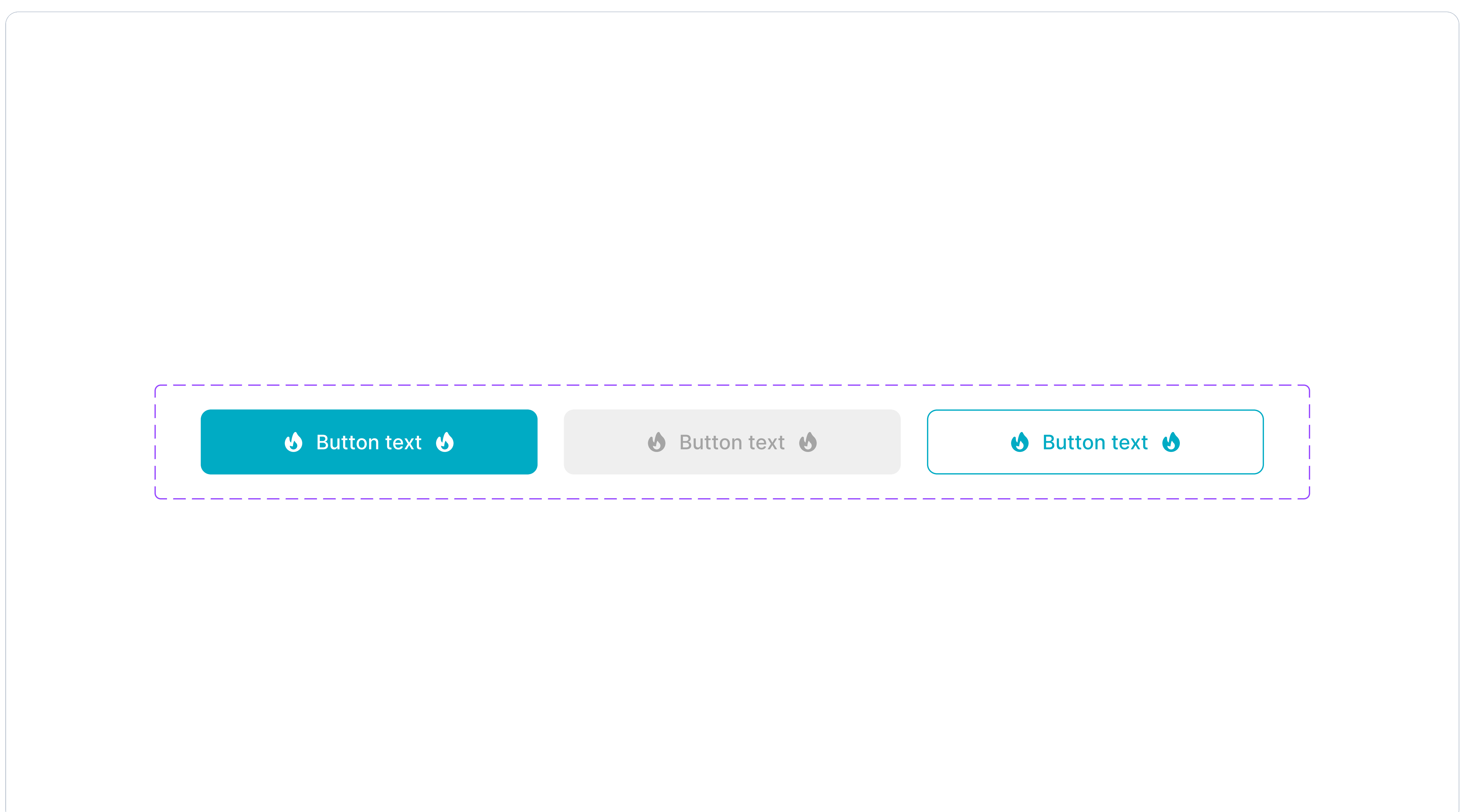


CTA

CTA (call to action) is a design element that prompts users to take a specific next step, such as signing up, purchasing, or learning more. It helps guide user behavior and connect user intent with product goals by making the desired action clear and accessible.

الدعوة لاتخاذ إجراء

الدعوة لاتخاذ إجراء هي عنصر تصميم يوجّه المستخدم للقيام بخطوة محددة، مثل التسجيل أو الشراء أو معرفة المزيد. يساعد هذا العنصر على توجيه سلوك المستخدم وربط نية المستخدم بأهداف المنتج من خلال إبراز الإجراء المطلوب بوضوح وسهولة.



Clickstream

Clickstream refers to the behavioral data generated by the sequence of clicks, taps, and navigation actions a user performs while interacting with a digital product.

مسار النقر

يشير مسار النقر إلى البيانات السلوكية الناتجة عن تسلسل النقرات والتنقلات والتفاعلات التي يقوم بها المستخدم أثناء استخدام منتج رقمي.



Clickstream Analysis

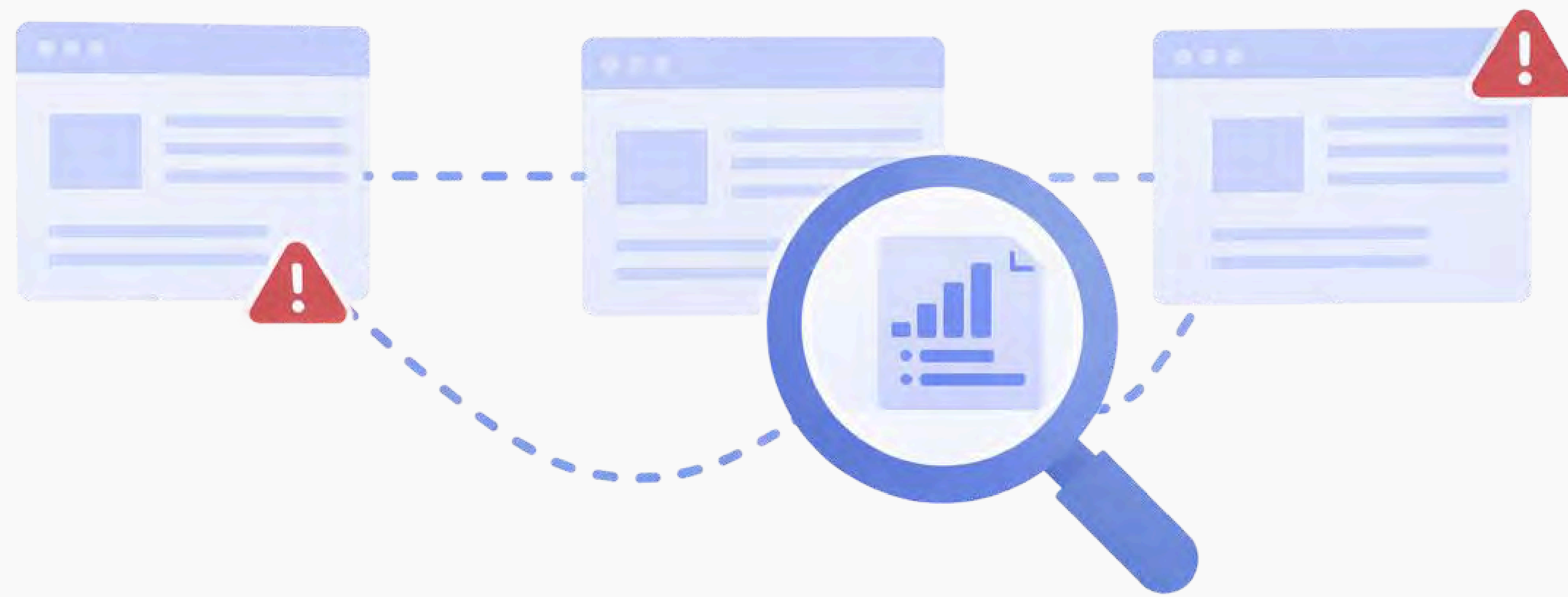
Clickstream analysis is the process of examining the sequence of clicks and interactions a user makes while navigating a website or application. It tracks the path users take from one page to another, the pages they visit, and the actions they perform along the way.

This analysis helps teams understand user behavior, identify popular content, detect drop-off points, and uncover navigation patterns, which inform design decisions and improve overall user experience.

تحليل مسار النقر

تحليل مسار النقر هو عملية دراسة سلسلة النقرات والتفاعلات التي يقوم بها المستخدم أثناء تصفحه لموقع إلكتروني أو تطبيق. يتتبع هذا الأسلوب المسار الذي يسلكه المستخدمون من صفحة إلى أخرى، والصفحات التي يزورونها، والإجراءات التي يقومون بها خلال رحلتهم.

يساعد هذا التحليل الفرق على فهم سلوك المستخدم، وتحديد المحتوى الأكثر شيوعًا، ورصد نقاط مغادرة المستخدمين، واكتشاف أنماط التنقل، مما يدعم قرارات التصميم ويحسن تجربة المستخدم بشكل عام.



Continuous Product Discovery

Continuous product discovery is an ongoing UX practice in which product teams regularly engage with users to understand their needs, validate assumptions, and inform product decisions.

It involves conducting research in small, frequent activities throughout the product lifecycle, ensuring that user insights continuously shape design and development rather than relying on one-time research at the beginning of a project.

الاكتشاف المستمر للمنتج

الاكتشاف المستمر للمنتج هو ممارسة مستمرة في تجربة المستخدم يعمل فيها فريق المنتج على التفاعل المنتظم مع المستخدمين لفهم احتياجاتهم، والتحقق من الافتراضات، ودعم اتخاذ قرارات تطوير المنتج.

يعتمد هذا النهج على تنفيذ أنشطة بحثية صغيرة ومتكررة على مدار دورة حياة المنتج، بحيث تسهم رؤى المستخدمين بشكل مستمر في توجيه التصميم والتطوير بدلاً من الاعتماد على بحث يُجرى مرة واحدة في بداية المشروع.



Competitive Audit

Competitive audit is a research method used to analyze competing products by evaluating their features, user experience, strengths, and weaknesses. It helps teams understand the market, identify opportunities, and make informed design decisions.

تحليل المنافسين

تحليل المنافسين هو أسلوب بحثي يُستخدم لدراسة المنتجات المنافسة من خلال تقييم خصائصها وتجربة المستخدم فيها وتحديد نقاط القوة والضعف. يساعد ذلك الفرق على فهم السوق واكتشاف الفرص واتخاذ قرارات تصميم مبنية على معلومات.

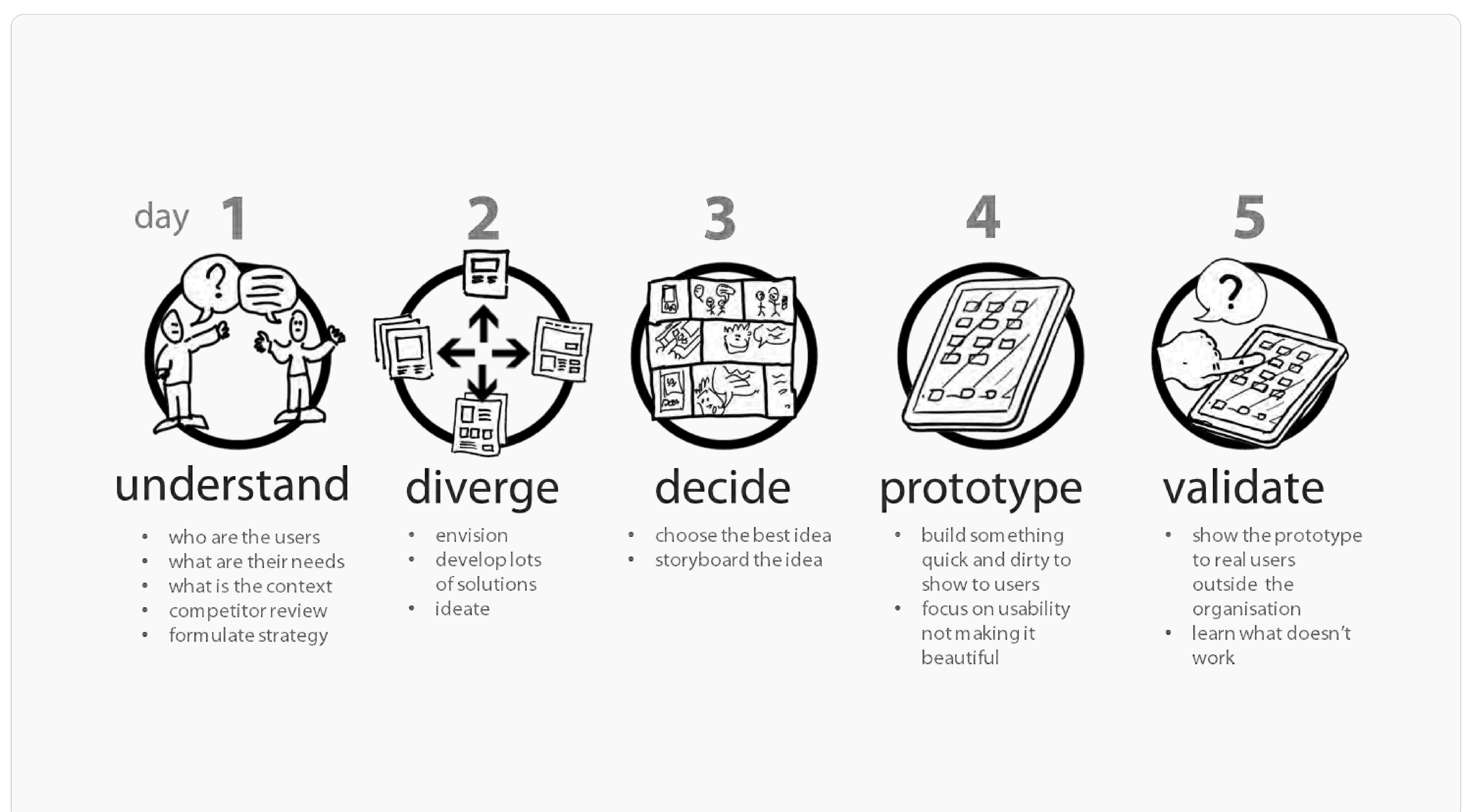


Design Sprint

Design sprint is a time-boxed process used to quickly solve problems, explore ideas, and test solutions through design and user feedback. It typically runs over a few days and combines activities like understanding the problem, generating ideas, prototyping, and testing. It helps teams validate concepts early, align decisions, and reduce risk before development.

الورشة التصميمية المكثفة (سبرنت التصميم)

الورشة التصميمية هي عملية محددة بزمان تُستخدم لحل المشكلات بسرعة واستكشاف الأفكار واختبار الحلول من خلال التصميم وملاحظات المستخدمين. يتم تنفيذها خلال عدة أيام، وتشمل فهم المشكلة وتوليد الأفكار وبناء نموذج أولي واختباره. تساعد هذه العملية الفرق على التحقق من صحة الأفكار مبكرًا وتوحيد القرارات وتقليل المخاطر قبل التطوير.



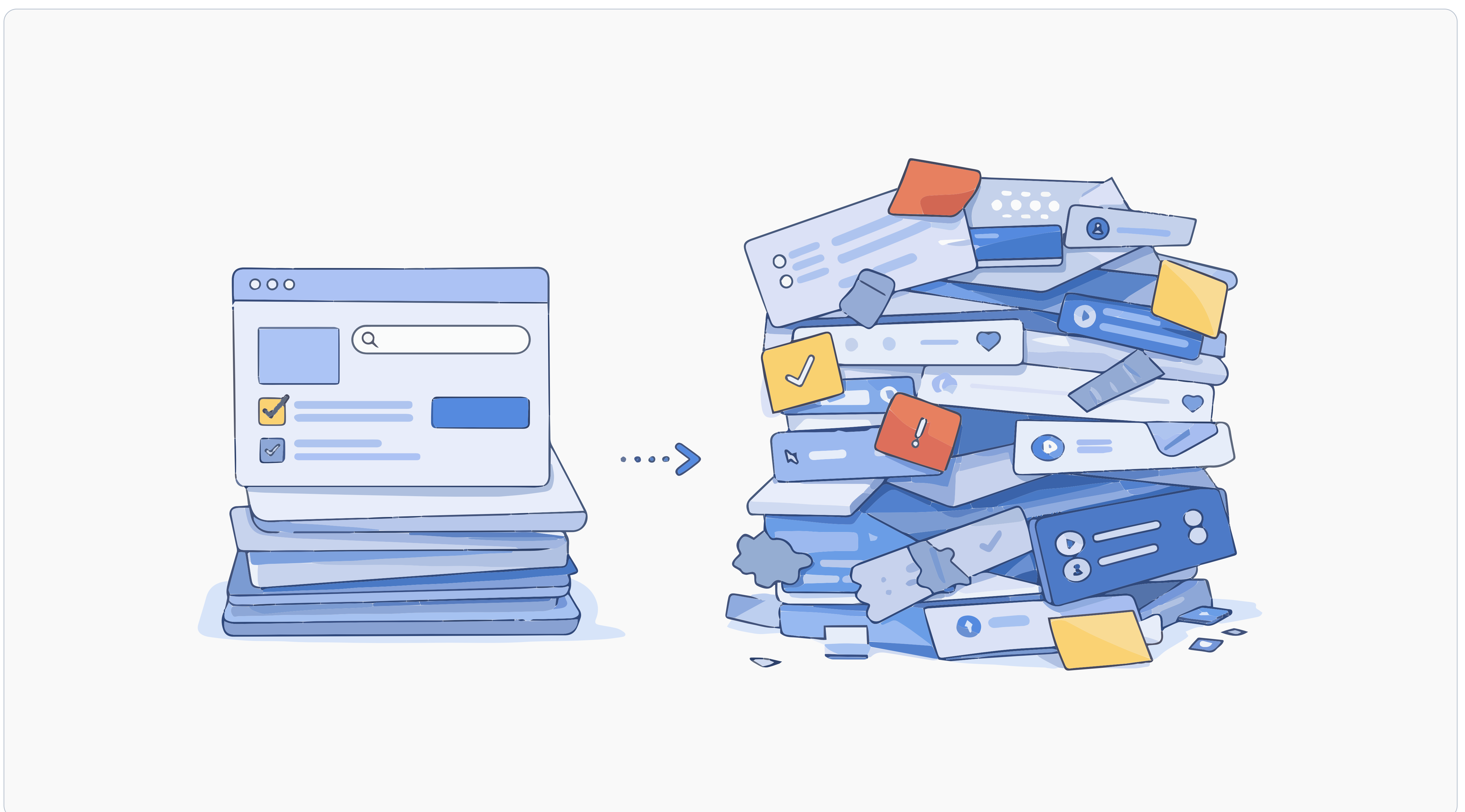
Design Debt

Design debt refers to the accumulated impact of design shortcuts, inconsistencies, and deferred decisions made to meet short-term goals.

Over time, these compromises reduce usability, clarity, and overall user experience, requiring future redesign or correction.

ديون التصميم

تشير ديون التصميم إلى الأثر المتراكم للاختصارات والتباينات وقرارات التصميم المؤجلة التي تُتخذ لتحقيق أهداف قصيرة المدى. ومع مرور الوقت، تؤدي هذه التنازلات إلى إضعاف قابلية الاستخدام ووضوح المنتج وتجربة المستخدم بشكل عام، مما يستدعي إعادة التصميم أو المعالجة لاحقًا.



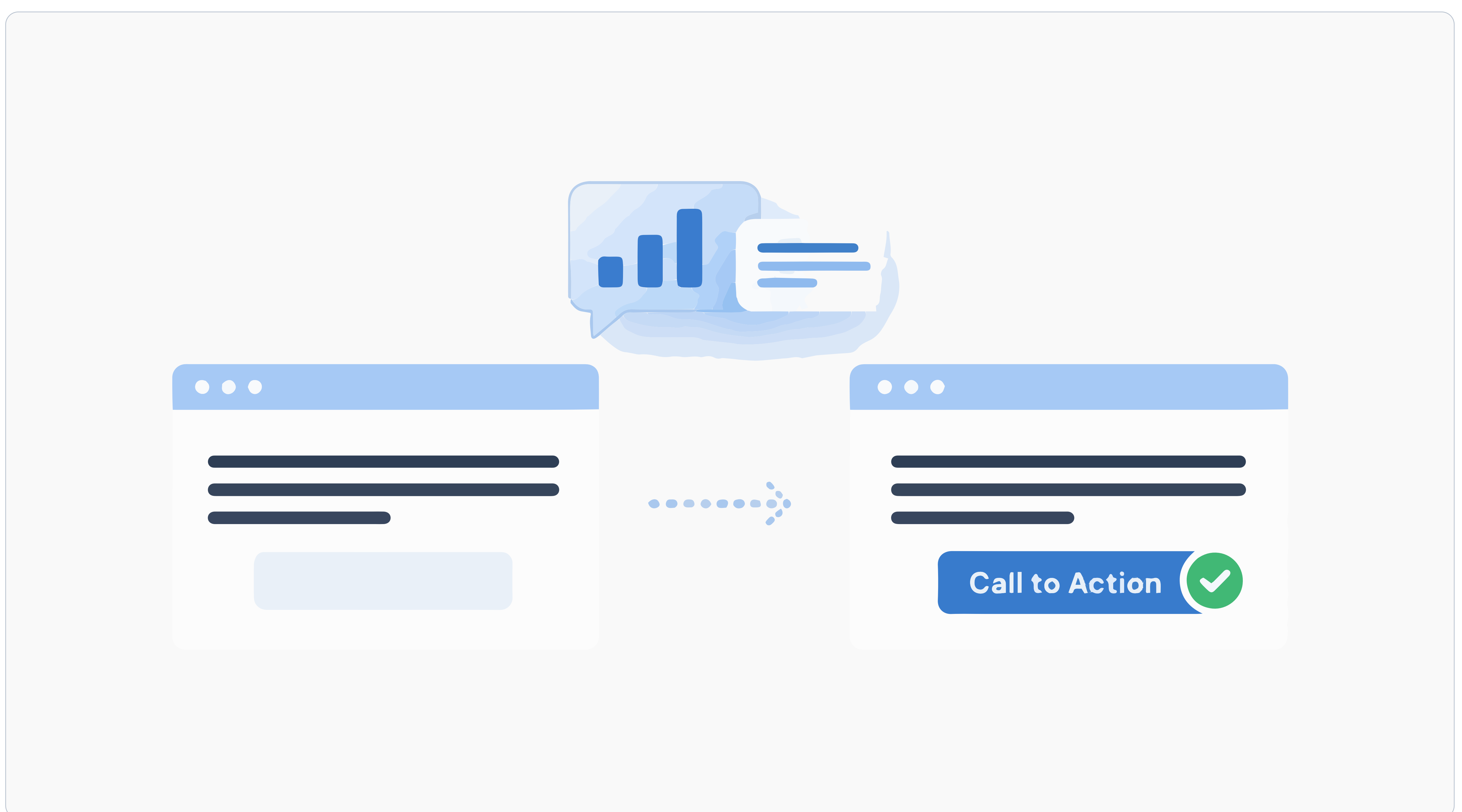
Data-Driven Design

Data-driven design is an approach to design decision-making that relies on user data, behavioral insights, and measurable evidence rather than assumptions or personal preference.

It helps teams validate ideas, prioritize improvements, and optimize experiences based on how users actually interact with a product.

التصميم القائم على البيانات

التصميم القائم على البيانات هو نهج لاتخاذ قرارات التصميم يعتمد على بيانات المستخدمين ورؤى السلوك والمؤشرات القابلة للقياس بدلاً من الافتراضات أو التفضيلات الشخصية. يساعد هذا النهج الفرق على التحقق من الأفكار وتحديد الأولويات وتحسين التجربة استنادًا إلى تفاعل المستخدم الفعلي مع المنتج.



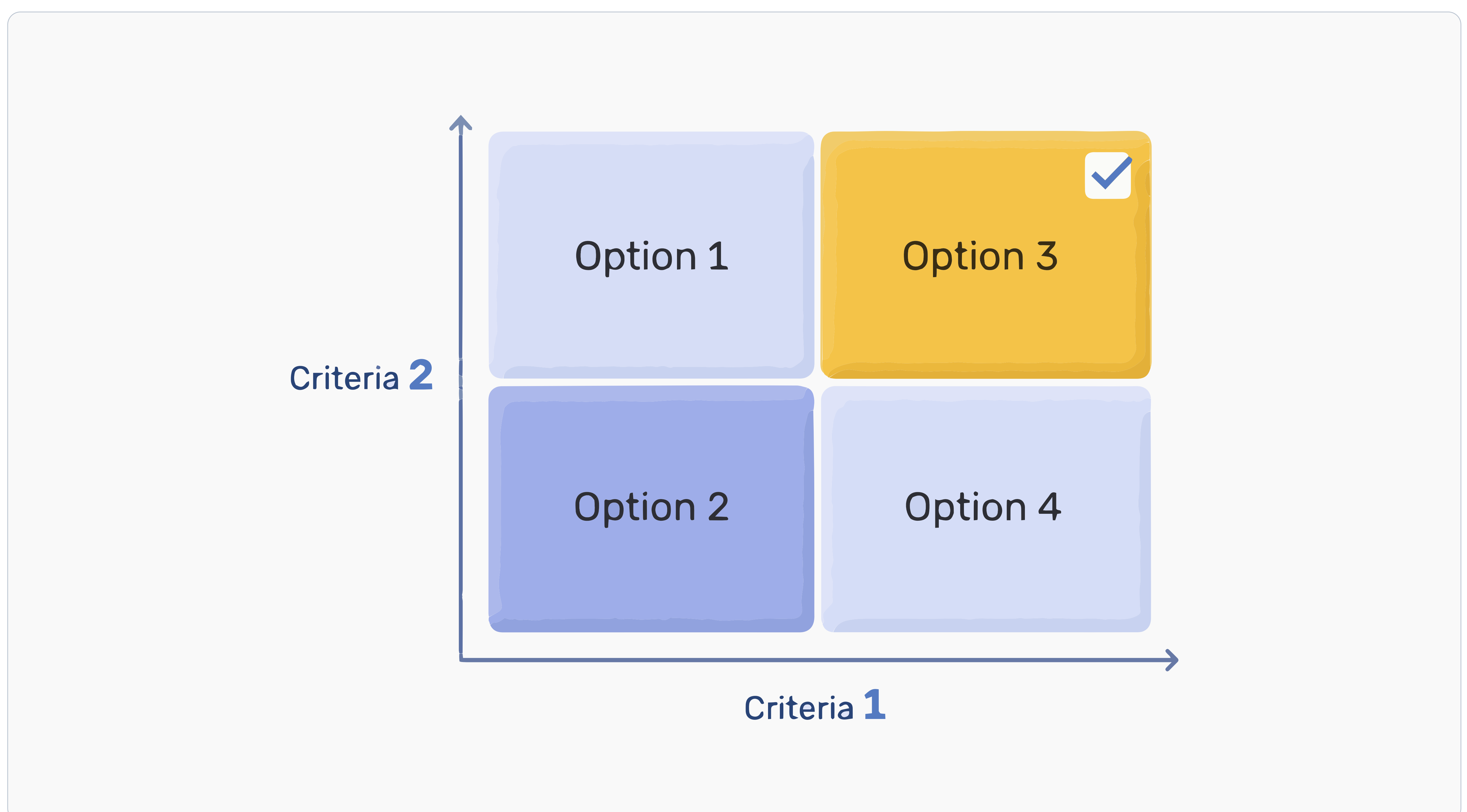
Decision Matrix

Decision matrix is a method used to compare and evaluate multiple options against a defined set of criteria.

It helps teams make structured decisions by visualizing trade-offs and identifying the most suitable option.

مصفوفة القرار أو مخطط القرار

مصفوفة القرار هي أسلوب يُستخدم لمقارنة عدة خيارات وتقييمها وفق مجموعة محددة من المعايير. تساعد الفرق على اتخاذ قرارات منظمة من خلال توضيح المفاضلات وتحديد الخيار الأنسب.



Eye Tracking

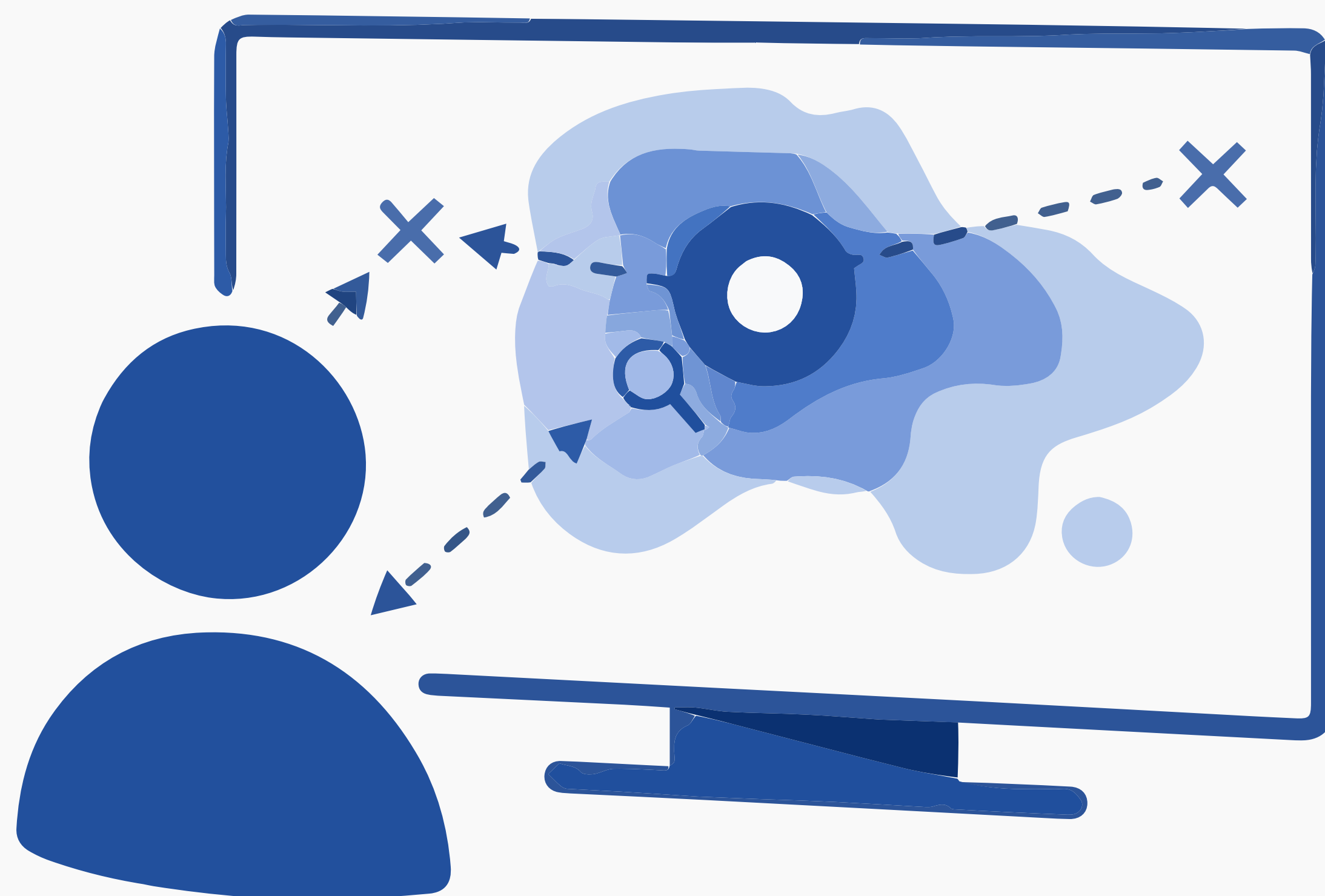
Eye tracking is a research method used to measure where a user is looking on a screen and how the user's eyes move while interacting with content. It tracks points of gaze, eye movements (saccades), and moments of focus (fixations), as well as changes in pupil size.

The collected data is transformed into visual representations such as heatmaps and gaze paths, helping analyze visual attention, user behavior, and cognitive patterns during interaction.

تتبع حركة العين

تتبع حركة العين هو أسلوب بحثي يُستخدم لقياس موضع نظر المستخدم على الشاشة وكيفية تحرك عينيه أثناء تفاعله مع المحتوى. يتتبع هذا الأسلوب نقاط النظر، وحركات العين (الرمشات السريعة)، ولحظات التركيز (التثبيتات)، بالإضافة إلى تغيرات حجم بؤبؤ العين.

تُحوّل البيانات المُجمّعة إلى تمثيلات بصرية مثل الخرائط الحرارية ومسارات النظر، مما يُساعد في تحليل الانتباه البصري، وسلوك المستخدم، والأنماط الإدراكية أثناء التفاعل.

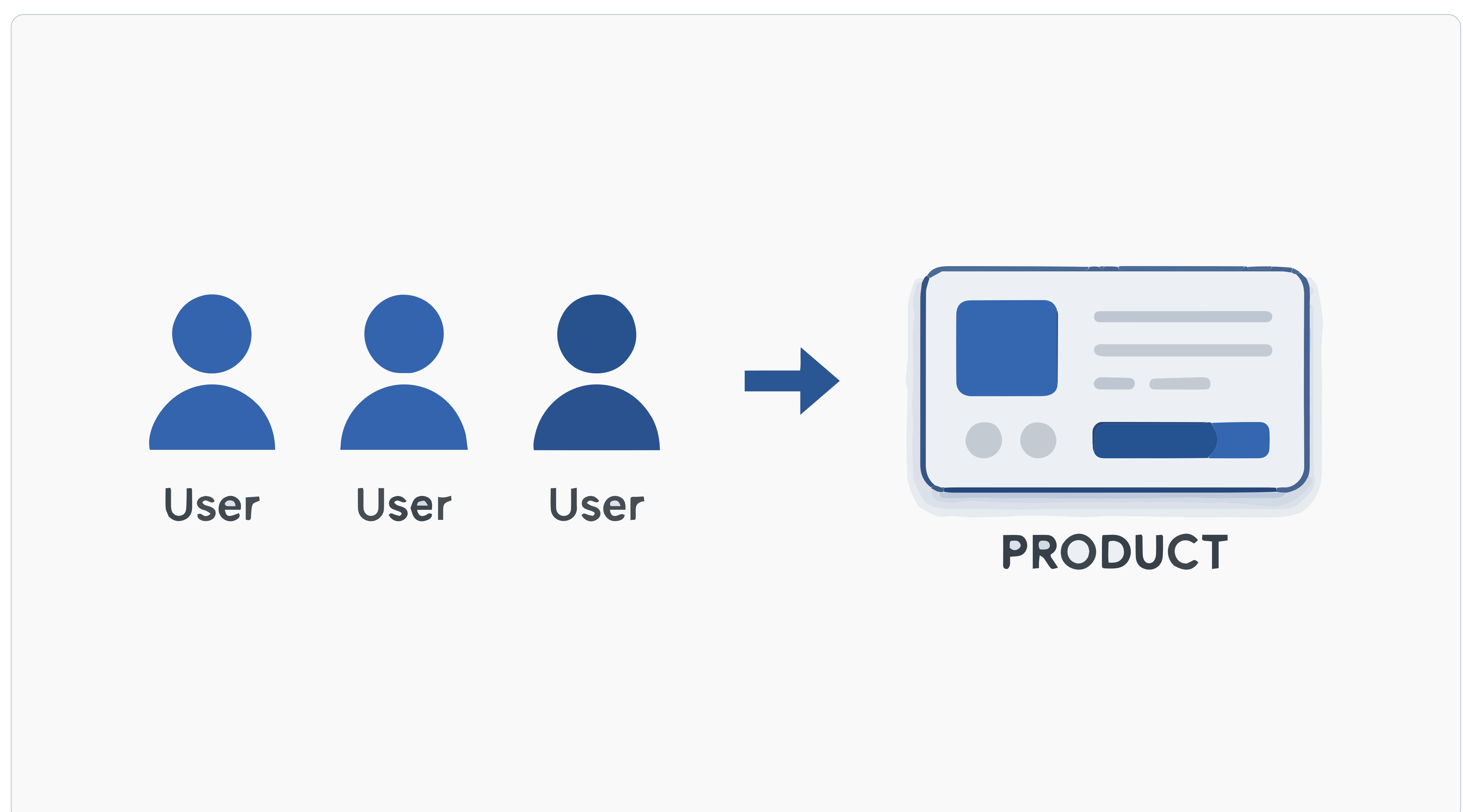


End Users

End users are the real people who use a product or service after it has been launched and made available in the market. They interact with the product in its final form to accomplish their goals and meet their needs, rather than participating in its design or development stages.

المستخدمون النهائيون

المستخدمون النهائيون هم الأشخاص الحقيقيون الذين يستخدمون المنتج أو الخدمة بعد إطلاقها وإتاحتها في السوق. يتعاملون مع المنتج بصورته النهائية لتحقيق أهدافهم وتلبية احتياجاتهم، وليس خلال مراحل التصميم أو التطوير من دورة حياة المنتج.



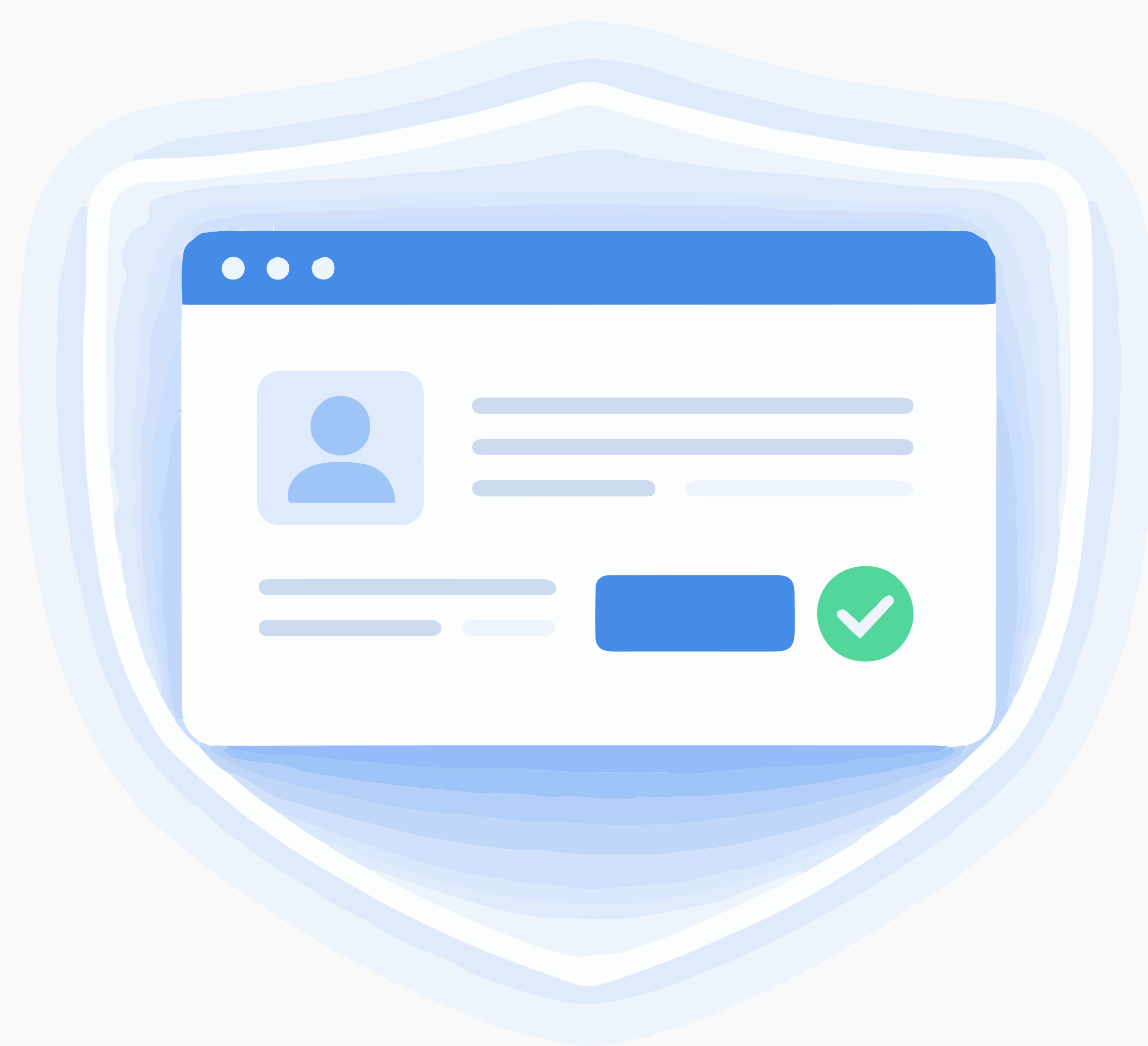
Ethical Design

Ethical design is the practice of creating digital products that respect user rights, privacy, and well-being while ensuring transparency and fairness in design decisions.

It balances business goals with responsible practices to build trust and protect users from harm, manipulation, or exclusion.

التصميم الأخلاقي

التصميم الأخلاقي هو ممارسة تصميم المنتجات الرقمية بطريقة تحترم حقوق المستخدم وخصوصيته ورفاهيته، مع ضمان الشفافية والعدالة في قرارات التصميم. يوازن هذا النهج بين أهداف العمل والممارسات المسؤولة بهدف بناء الثقة وحماية المستخدم من الضرر أو التلاعب أو الإقصاء.



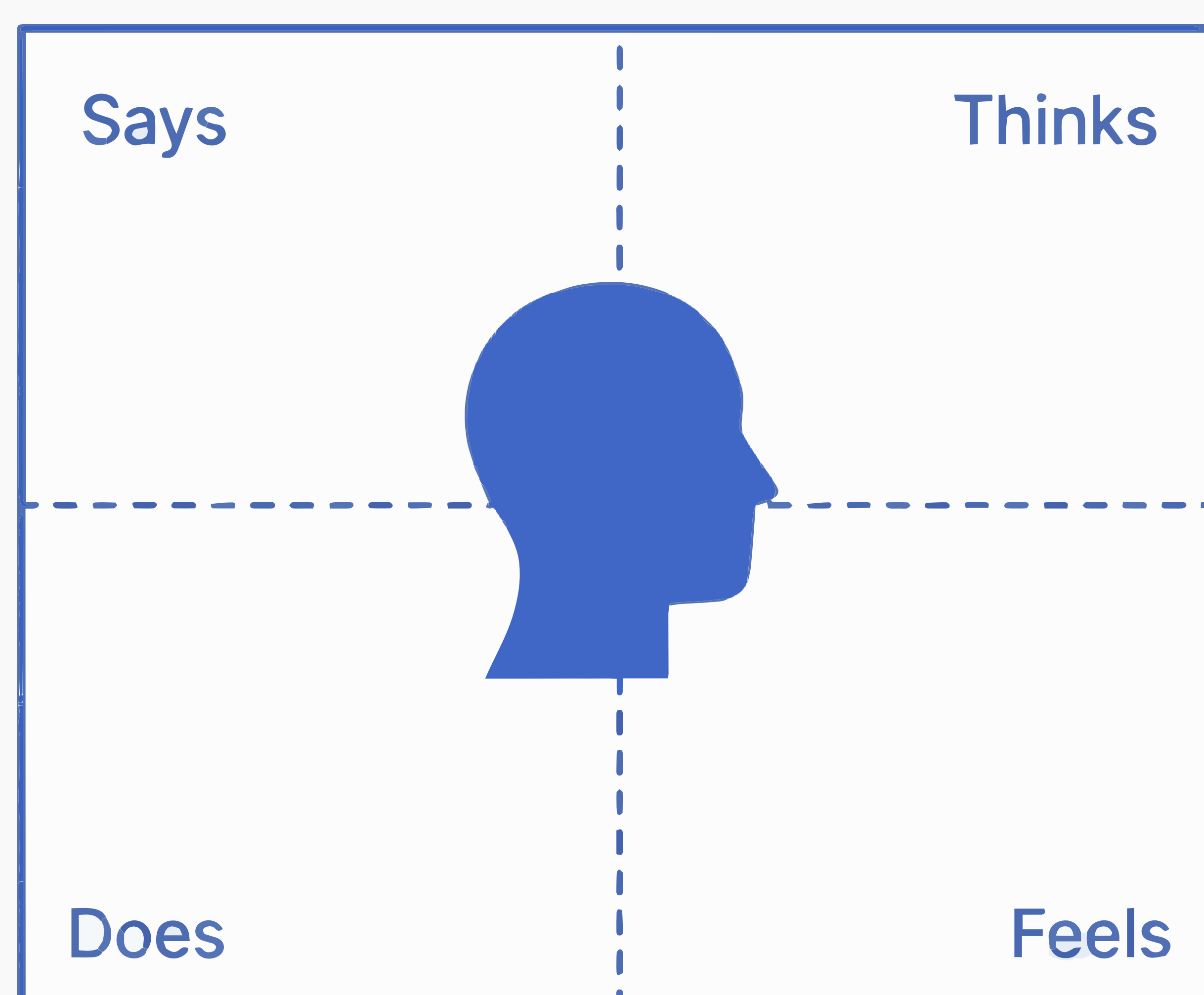
Empathy Map

An empathy map is a visual tool used in UX to organize and synthesize insights about users' thoughts, feelings, behaviors, and needs.

It helps teams develop a shared understanding of the user's experience and design more human-centered solutions.

خريطة التفهم

خريطة التعاطف هي أداة بصرية تُستخدم في تجربة المستخدم لتنظيم وتحليل رؤى حول أفكار المستخدم ومشاعره وسلوكياته واحتياجاته. تساعد هذه الأداة الفرق على تكوين فهم مشترك لتجربة المستخدم وتصميم حلول أكثر تمحورًا حول الإنسان.



Five Second Test

Five-second test is a user research method in which a design is shown to participants for five seconds and followed by questions about what they recall.

It helps teams evaluate first impressions and assess whether key messages or elements are immediately understood.

اختبار الخمس ثواني

اختبار الخمس ثواني هو أسلوب بحثي في تجربة المستخدم يُعرض فيه تصميم على المشاركين لمدة خمس ثواني، ثم يُطلب منهم وصف ما يتذكرونه. يساعد الفرق على تقييم الانطباع الأول وقياس مدى وضوح الرسائل أو العناصر الأساسية في التصميم.



Framework

Framework is a structured set of guidelines, components, or tools that provides a foundation for designing or building products. It helps teams work consistently and efficiently by offering predefined patterns, rules, or structures that can be reused across projects.

إطار عمل

إطار عمل هو مجموعة منظّمة من الإرشادات أو المكونات أو الأدوات التي تُستخدم كأساس لتصميم أو بناء المنتجات. يساعد الفرق على العمل بكفاءة واتساق من خلال توفير أنماط وهياكل جاهزة يمكن إعادة استخدامها.



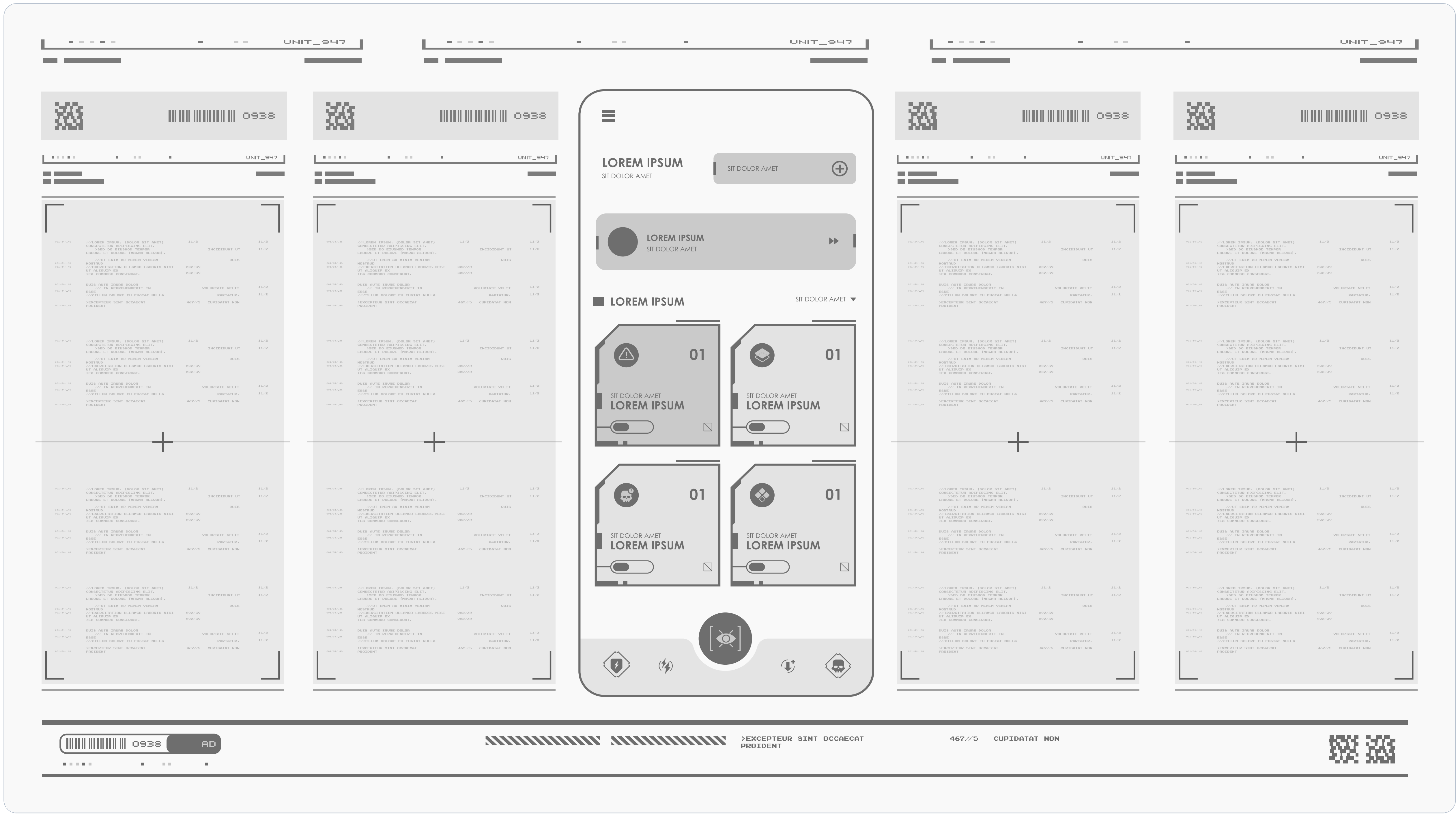
Fidelity

Fidelity refers to the level of detail, realism, and functionality in a design or prototype. It indicates how closely a design represents the final product in terms of visual appearance, content, and interaction. Fidelity is typically categorized into three levels: low-fidelity (simple sketches or wireframes used for early ideas), mid-fidelity (more structured layouts), and high-fidelity (detailed, polished designs that closely resemble the final product).

الدقة

تُشير الدقة إلى مستوى التفصيل والواقعية والوظائف في التصميم أو النموذج الأولي، وتُحدد مدى قرب التصميم من المنتج النهائي من حيث المظهر البصري والمحتوى والتفاعل.

تُصنّف الدقة عادةً إلى ثلاثة مستويات:
الدقة المنخفضة (رسومات بسيطة أو إطارات سلكية تُستخدم في المراحل المبكرة)،
والدقة المتوسطة (تخطيطات أكثر تنظيمًا مع تنسيق أساسي)،
والدقة العالية (تصاميم مفصّلة ومُتقنة تُشبه المنتج النهائي إلى حدٍ كبير).

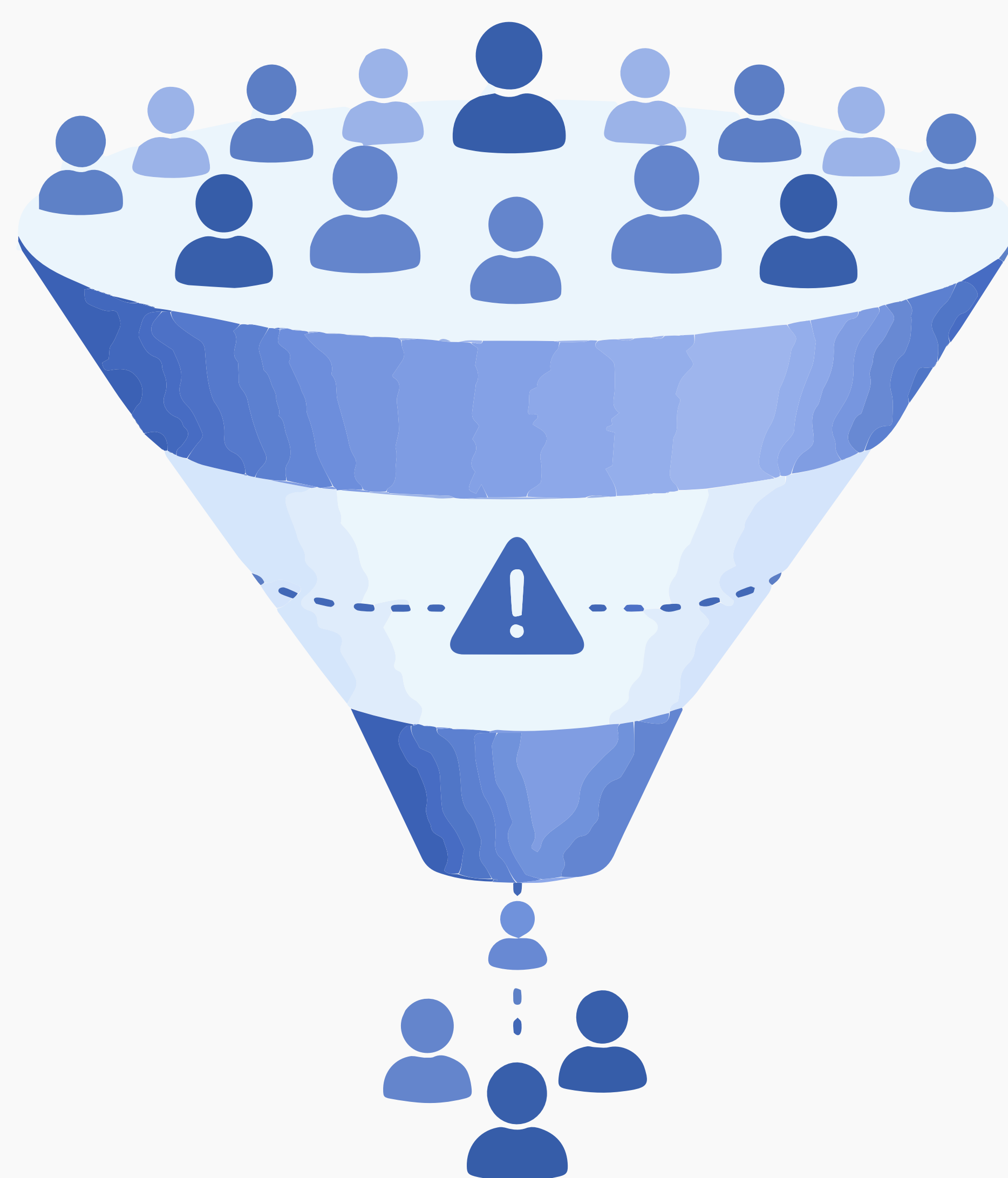


Funnel Testing

Funnel testing is a UX evaluation method that analyzes each stage of a multi-step user flow to measure progression and drop-off. It helps teams identify friction within the sequence and optimize specific steps to improve completion rates.

اختبار مراحل التحويل

اختبار مراحل التحويل هو أسلوب تقييم يُحلّل مراحل تدفق المستخدم متعددة الخطوات لقياس التقدم ونقاط الانسحاب. يساعد الفرق على تحديد مواضع الاحتكاك داخل التسلسل وتحسين المراحل لرفع معدلات الإتمام.



Flowchart

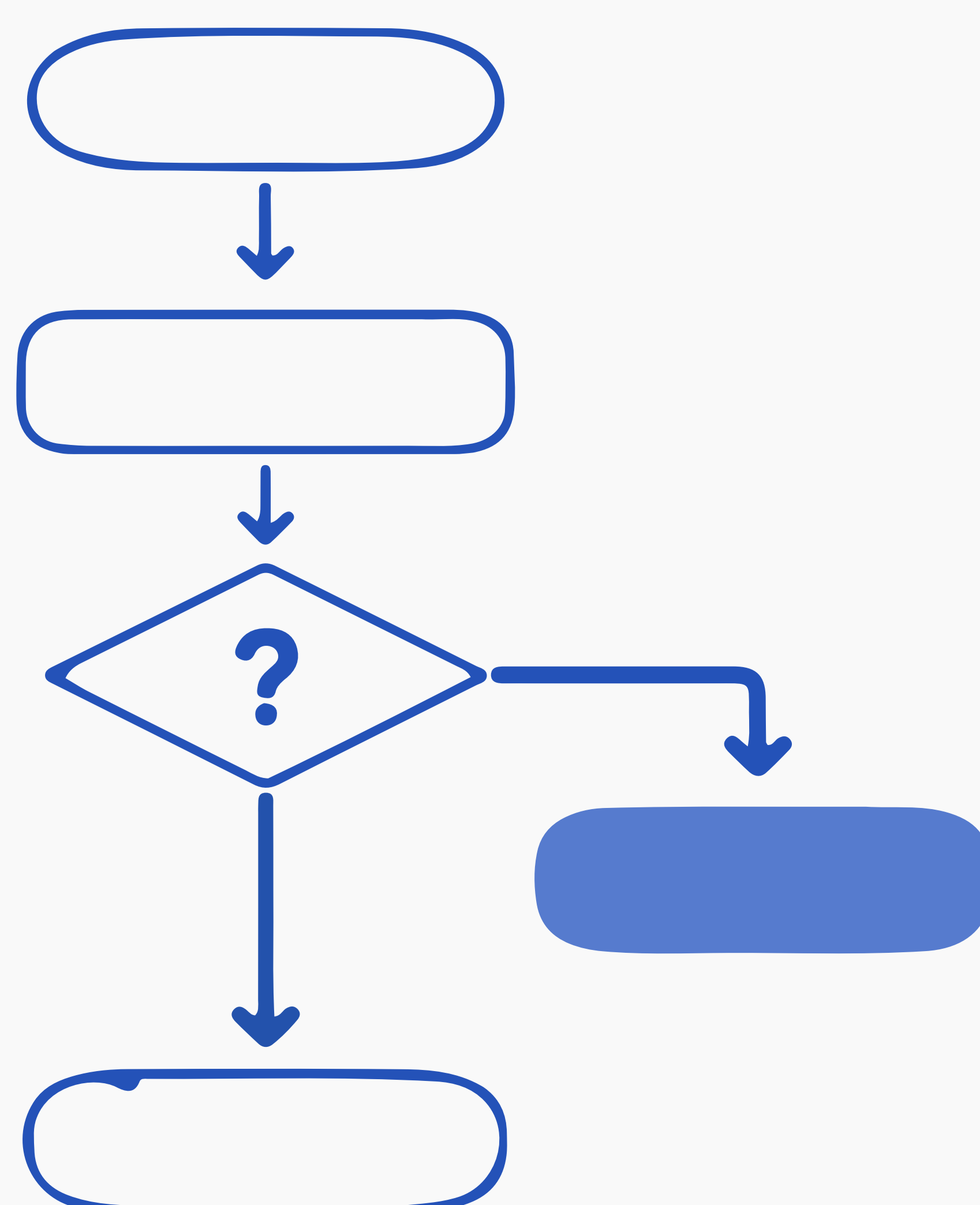
Flowchart is a visual diagram used to represent steps, decisions, and sequences within a process or system.

It helps teams understand workflows and communicate how actions and paths connect across an experience.

الرسم التخطيطي

الرسم التخطيطي هو مخطط بصري يُستخدم لتمثيل الخطوات والقرارات وتسلسل العمليات داخل نظام أو تجربة.

يساعد الفرق على فهم تدفق العمل وتوضيح كيفية ارتباط الأفعال والمسارات ببعضها.



Gestalt Principles

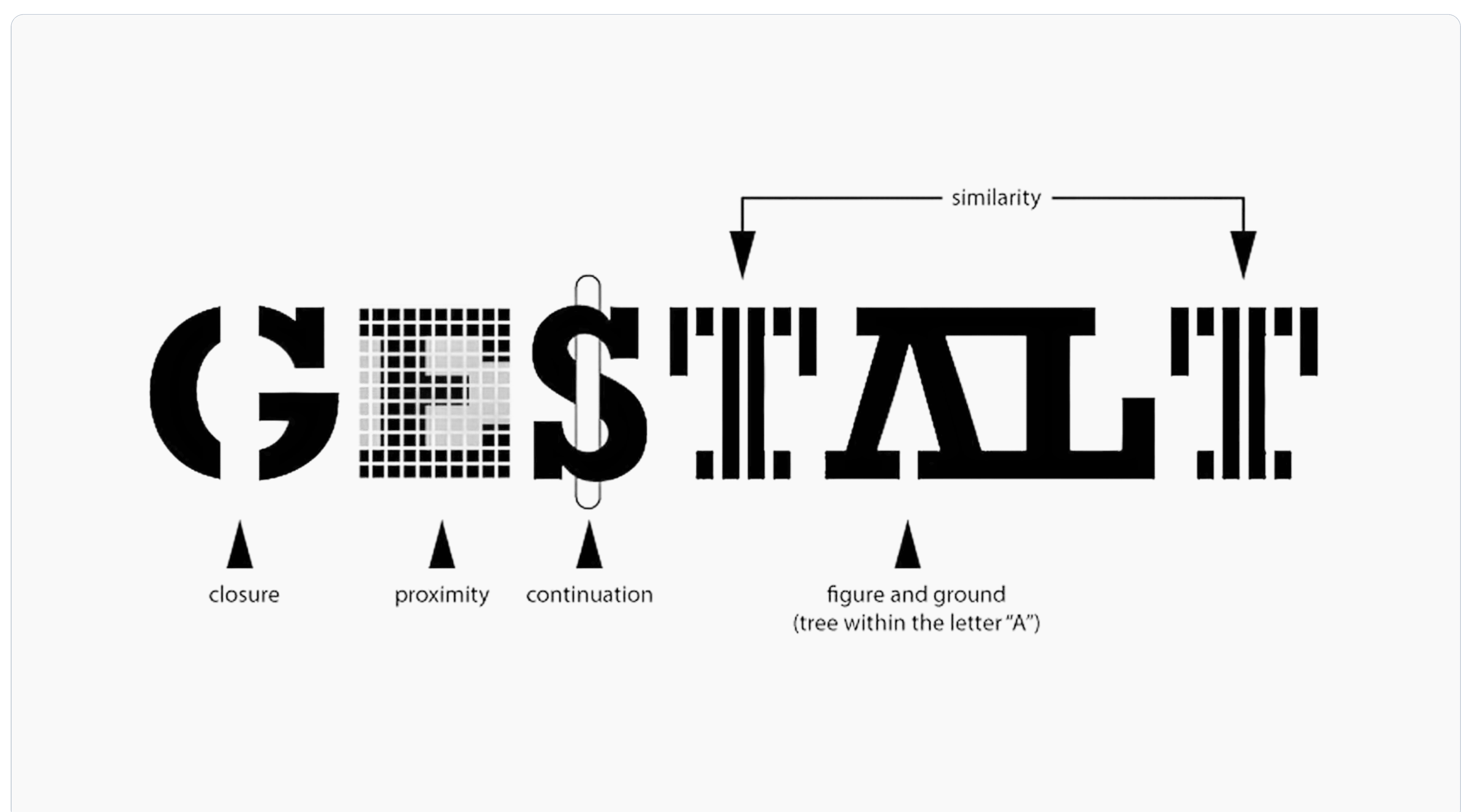
Gestalt principles are a set of perception rules that explain how people naturally organize and interpret visual elements as unified groups rather than separate parts. They describe how users recognize patterns, relationships, and structure in a design, helping make interfaces clearer, more intuitive, and easier to understand.

مبادئ جشطالت

مبادئ جشطالت هي مجموعة من القواعد الإدراكية التي تفسّر كيف ينظّم الإنسان العناصر البصرية ويفهمها كوحدة متكاملة بدلاً من عناصر منفصلة. توضح هذه المبادئ كيفية إدراك الأنماط والعلاقات داخل التصميم، مما يساعد على جعل الواجهات أكثر وضوحًا وسهولة في الفهم.

وتشتمل مبادئ الجشطالت على عدة أمور، منها:

- التشابه (Similarity): إذ تفسر أدمغتنا العناصر المتشابهة بأنها تعني نفس المدلول.
- القرب (Proximity): وتعني أن العناصر القريبة تعني وجود علاقة فيما بينها.
- المنطقة المشتركة (Common region): وتشير إلى أن العناصر الموجودة في نفس المنطقة تشترك في نفس المعنى.

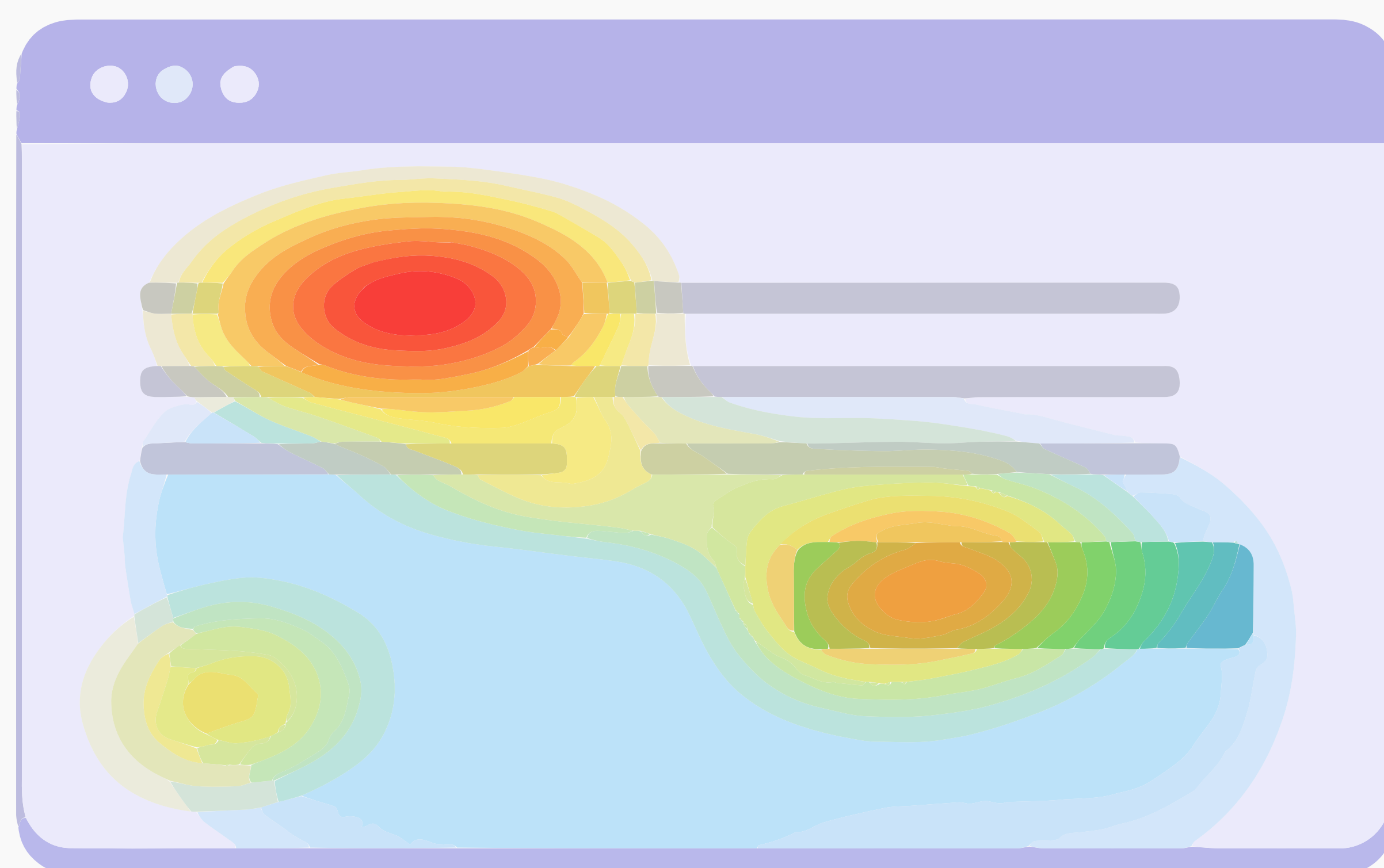


Heatmap

A heatmap is a visual representation of user interaction data that shows where activity is concentrated within a digital interface. It uses color intensity to highlight areas that receive the most attention—such as clicks, scrolling, or cursor movement—helping teams identify engagement patterns and overlooked elements.

الخريطة الحرارية

الخريطة الحرارية هي تمثيل بصري لبيانات تفاعل المستخدم يوضّح أماكن تركّز النشاط داخل واجهة رقمية. تعتمد على تدرّج الألوان لإبراز المناطق الأكثر جذبًا للانتباه—مثل النقر أو التمرير أو حركة المؤشر—مما يساعد الفرق على فهم أنماط التفاعل وتحديد الأجزاء التي يتم تجاهلها.



Iconography

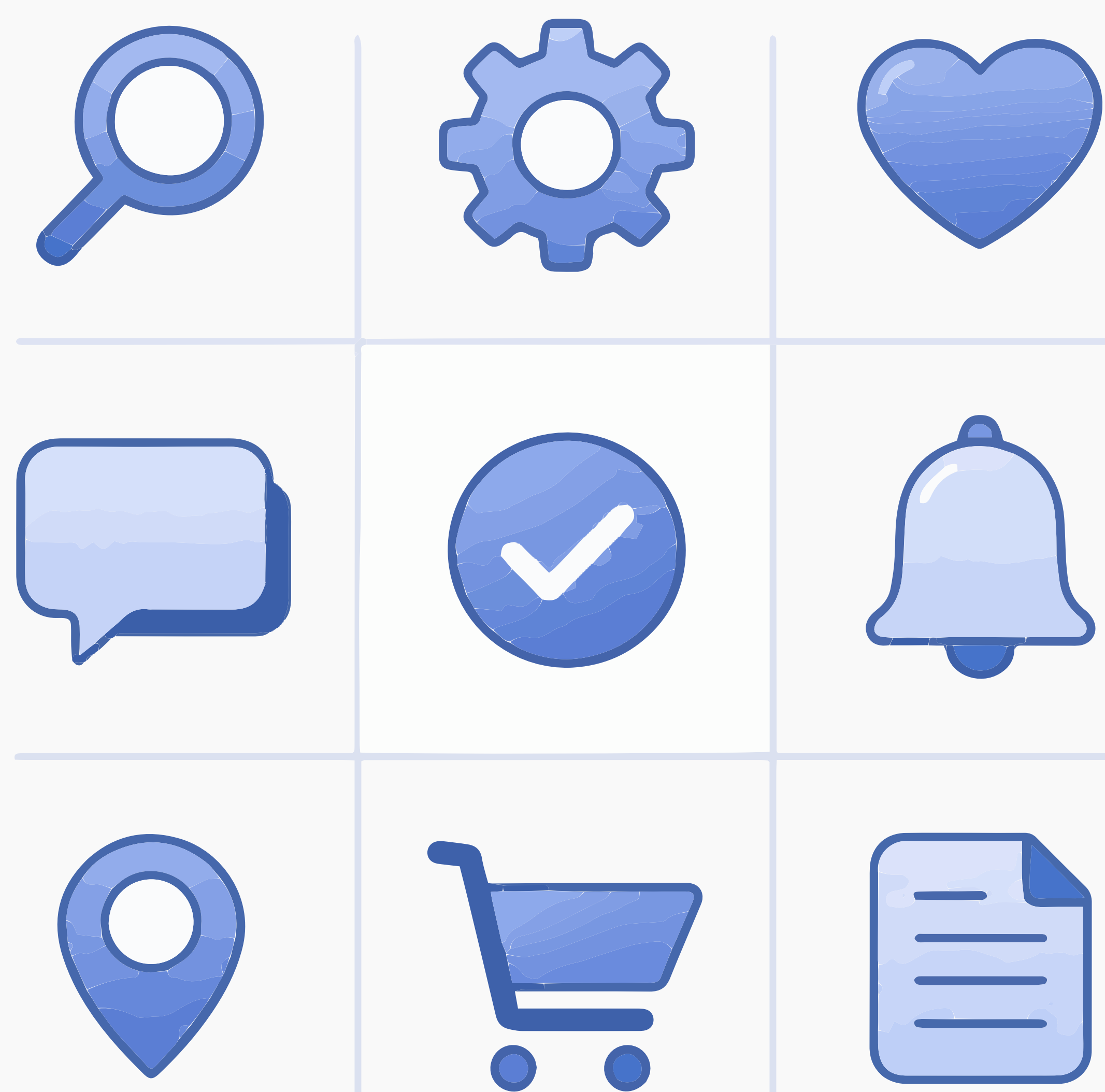
Iconography is the systematic use and design of icons to represent actions, objects, or concepts within an interface.

It helps create visual consistency and improve usability by enabling quick recognition and reducing reliance on text.

نظام الأيقونات

الأيقونات هي الاستخدام المنهجي وتصميم مجموعة من الرموز البصرية لتمثيل الأفعال أو العناصر أو المفاهيم داخل الواجهة.

تساعد على تحقيق الاتساق البصري وتحسين قابلية الاستخدام من خلال تسهيل التعرف السريع وتقليل الاعتماد على النصوص.



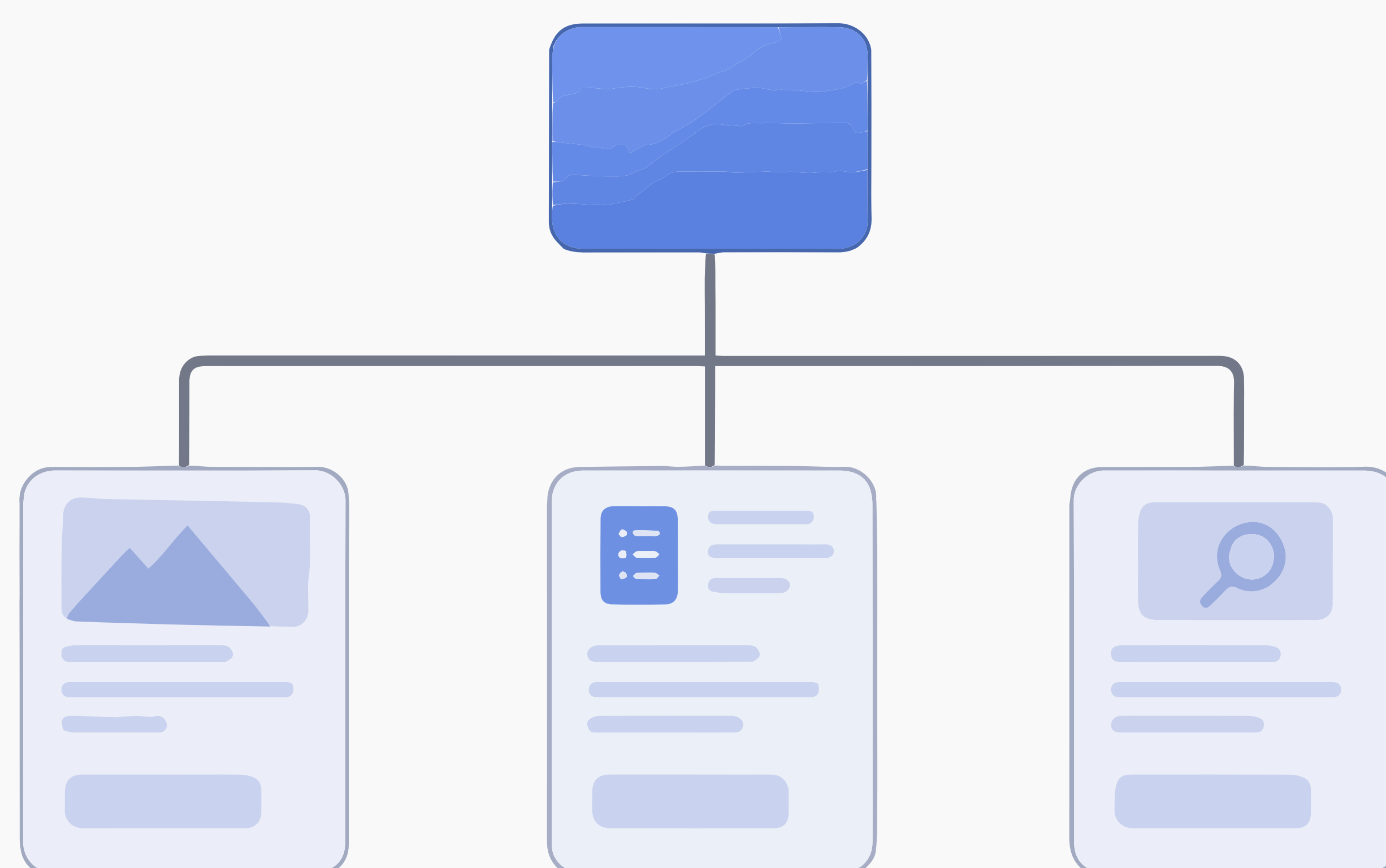
Information Architecture (IA)

Information architecture (IA) is the practice of organizing, structuring, and labeling content and navigation within a digital product so users can easily find information and complete tasks.

It provides the underlying structure that supports clarity, usability, and intuitive navigation.

معمارية المعلومات

معمارية المعلومات هي ممارسة تنظيم وبناء وتصنيف المحتوى والتنقل داخل المنتج الرقمي بحيث يتمكن المستخدم من العثور على المعلومات وإنجاز المهام بسهولة. توفر هذه الممارسة البنية الأساسية التي تدعم الوضوح وسهولة الاستخدام والتنقل البديهي.



Ideation

Ideation is the creative phase in the design process where teams generate a wide range of ideas and potential solutions to a defined problem. It encourages exploring possibilities freely without immediate judgment, using techniques such as brainstorming, sketching, mind mapping, and "How Might We" questions.

The goal of ideation is quantity and diversity of ideas, which are later refined, evaluated, and narrowed down into concepts worth prototyping and testing.

توليد الأفكار

توليد الأفكار هو المرحلة الإبداعية في عملية التصميم، حيث تقوم الفرق بإنتاج مجموعة واسعة من الأفكار والحلول المحتملة لمشكلة محددة. يُشجّع هذا الأسلوب على استكشاف الاحتمالات بحرية دون إصدار أحكام مُسبقة، باستخدام تقنيات مثل العصف الذهني، والرسم التخطيطي، والخرائط الذهنية، وأسئلة "كيف يمكننا".

يهدف توليد الأفكار إلى الحصول على أكبر كمّ ممكن من الأفكار المتنوعة، التي يتم لاحقًا تنقيحها وتقييمها واختيار الأنسب منها لتحويلها إلى نماذج أولية واختبارها.



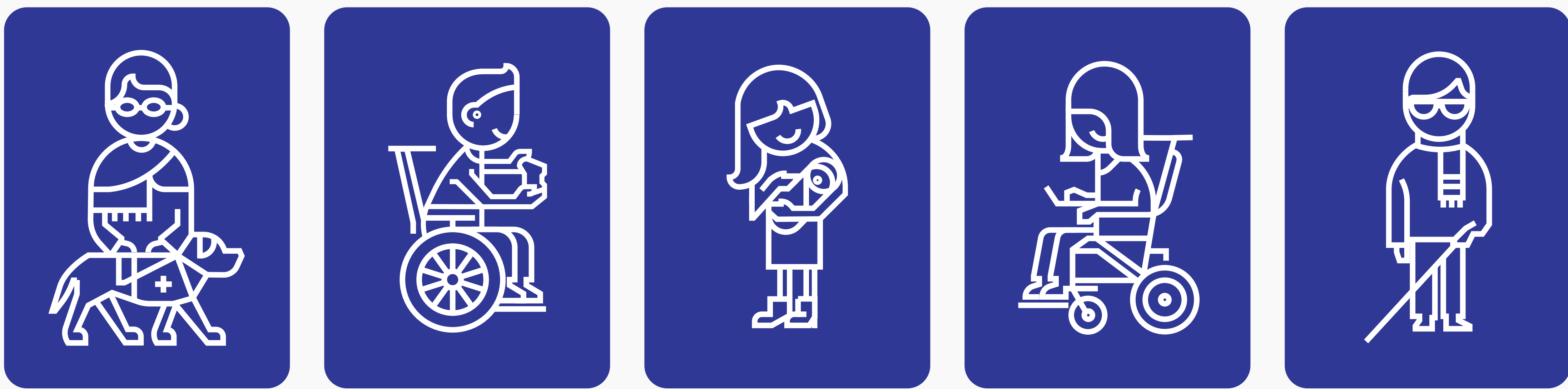
Inclusive Design

Inclusive design is an approach to designing products and services that considers the full range of human diversity, including ability, language, culture, gender, age, and other forms of human difference. It aims to create experiences that work for as many people as possible from the outset, rather than adapting them later.

التصميم الشمولي

التصميم الشمولي هو منهج لتصميم المنتجات والخدمات يأخذ في الاعتبار التنوع البشري بكافة أشكاله، بما في ذلك القدرات، واللغة، والثقافة، والجنس، والعمر، وغيرها من أوجه الاختلاف بين الناس. يهدف هذا المنهج إلى إنشاء تجارب تناسب أكبر عدد ممكن من المستخدمين منذ البداية، بدلاً من تعديلها لاحقاً.

وعلى عكس إمكانية الوصول التي تُركّز غالباً على تلبية معايير محددة للأشخاص ذوي الإعاقة، يتبنّى التصميم الشمولي رؤية أوسع من خلال إشراك مستخدمين متنوعين خلال عملية التصميم لضمان عدم استبعاد أحد.



Iterative Design

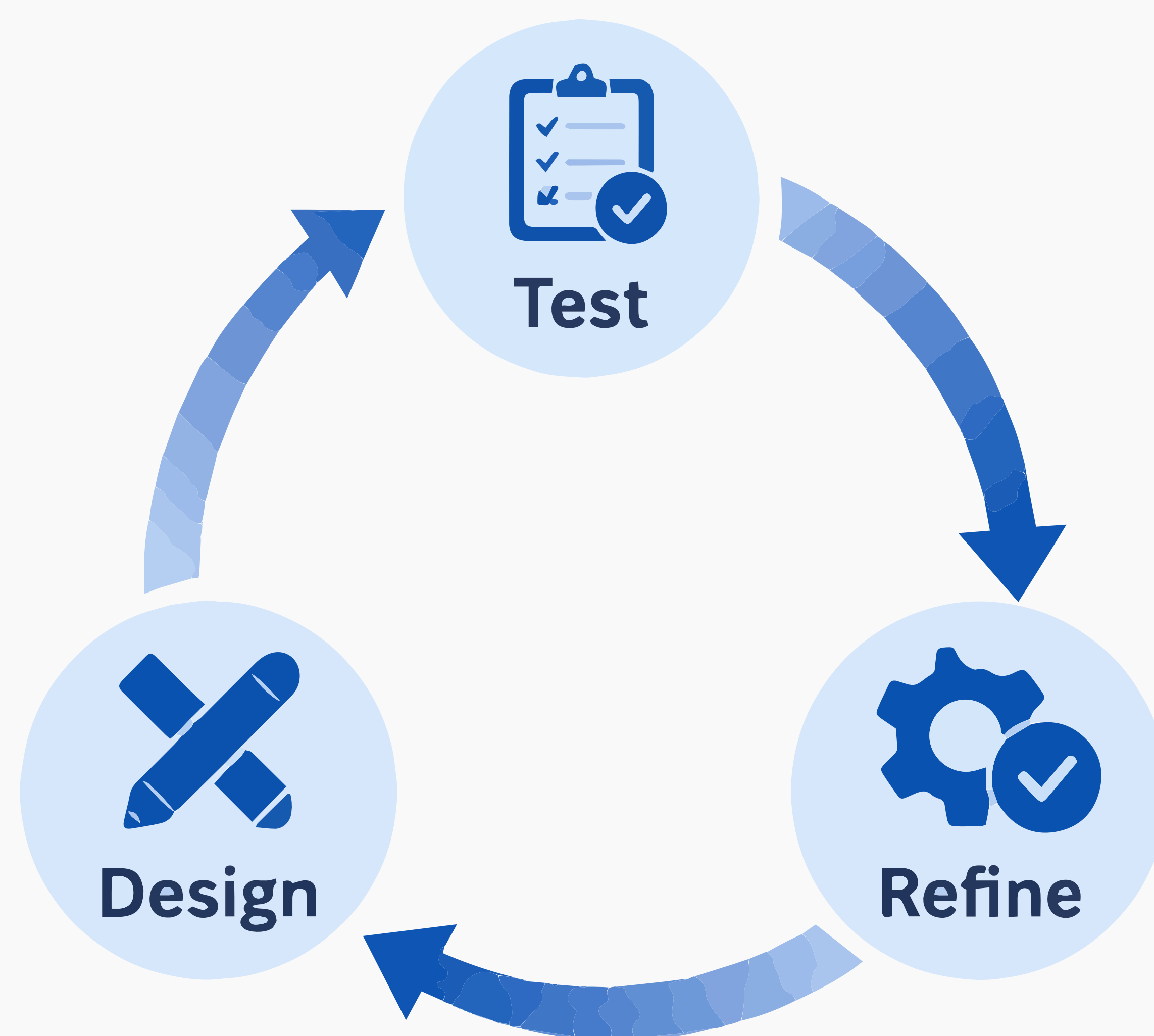
Iterative design is a design process in which solutions are repeatedly tested, evaluated, and refined based on feedback and data.

It helps teams improve usability and reduce risk by making incremental adjustments across multiple cycles.

التصميم التكراري

التصميم التكراري هو عملية تصميم يتم فيها اختبار الحلول وتقييمها وتحسينها بشكل متكرر بالاعتماد على التغذية الراجعة والبيانات.

يساعد الفرق على تحسين قابلية الاستخدام وتقليل المخاطر من خلال تعديلات تدريجية عبر عدة دورات.



Interaction Design

Interaction design (IxD) is the design of how users interact with a digital product through actions, responses, and feedback.

It helps shape intuitive experiences by defining how elements behave and how systems respond during use.

التصميم التفاعلي

التصميم التفاعلي هو تصميم كيفية تفاعل المستخدم مع المنتج الرقمي من خلال الأفعال والاستجابات والتغذية الراجعة.

يساعد على بناء تجارب بديهية عبر تحديد سلوك العناصر وطريقة استجابة النظام أثناء الاستخدام.



Key Performance Indicators (KPIs)

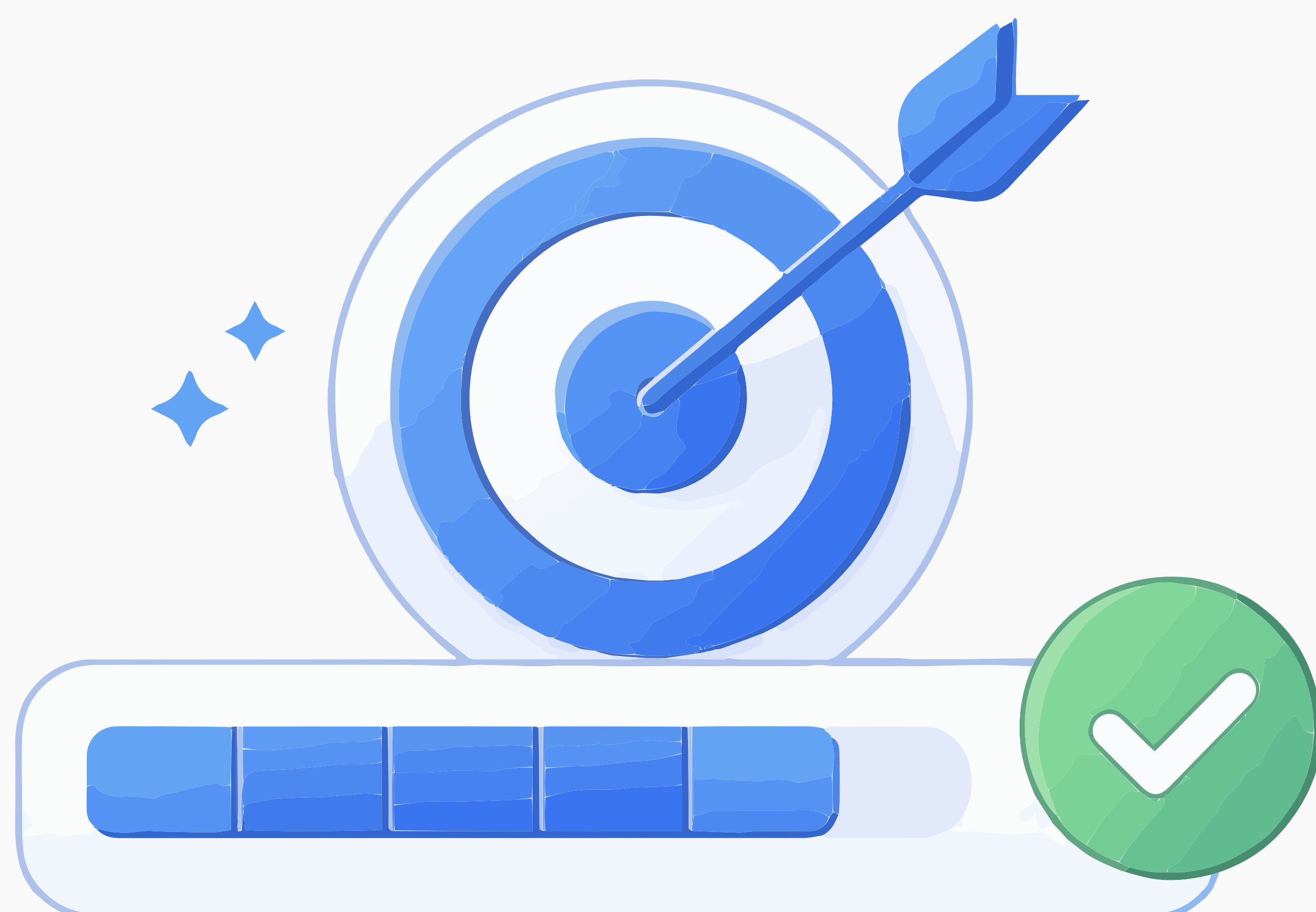
Key performance indicators (KPIs) are measurable metrics used to evaluate progress toward defined goals.

They help teams assess performance and track whether a product, feature, or initiative is achieving its intended outcomes.

مؤشرات الأداء الرئيسية

مؤشرات الأداء الرئيسية هي مقاييس قابلة للقياس تُستخدم لتقييم مدى التقدم نحو تحقيق أهداف محددة.

تساعد الفرق على قياس الأداء ومتابعة ما إذا كان المنتج أو الميزة يحقق النتائج المطلوبة.

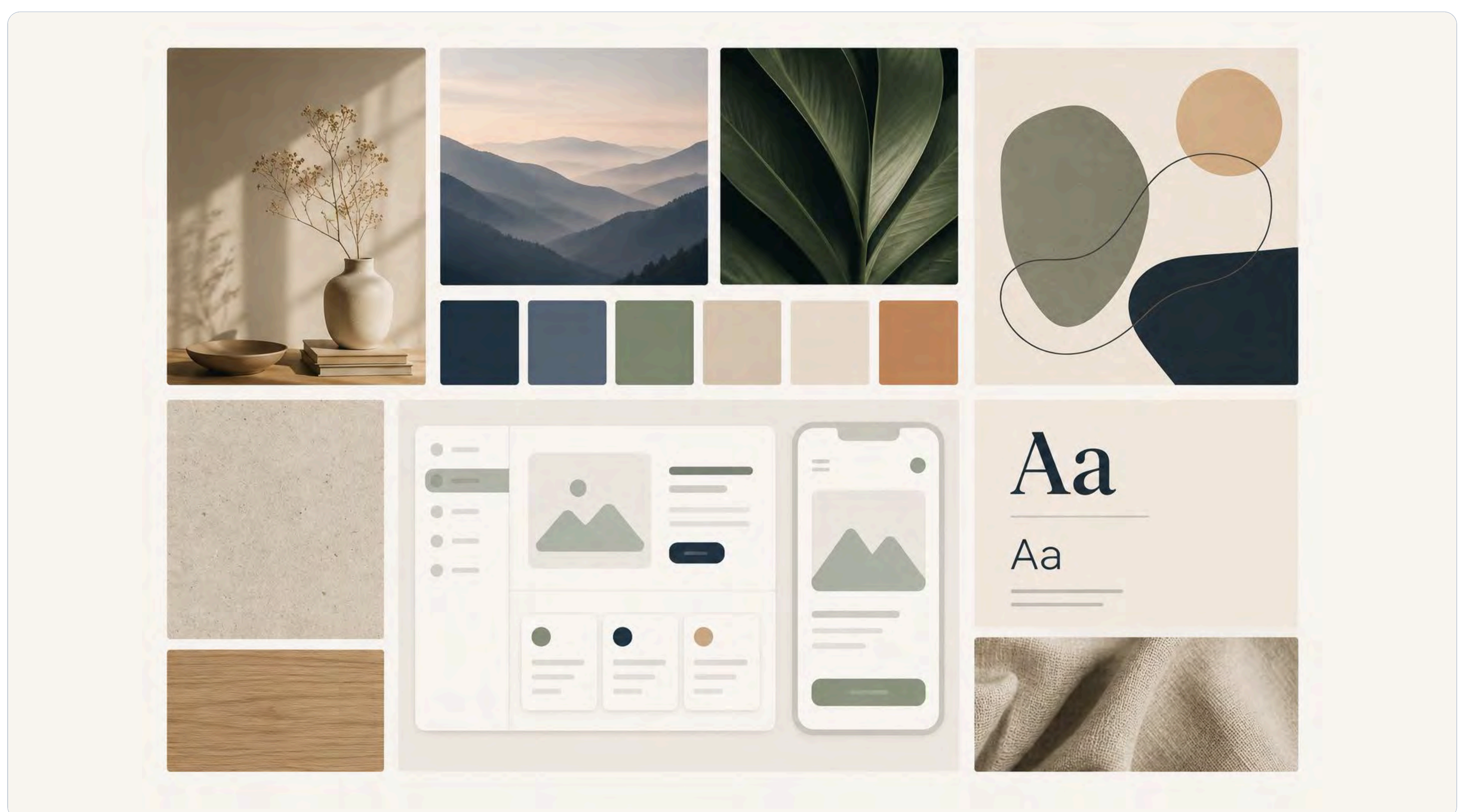


Mood Board

Mood board is a visual collection of images, colors, typography, and design elements used to define the aesthetic direction and emotional tone of a product. It helps teams explore ideas, communicate style, and align on the overall visual direction before starting detailed design.

لوحة التوجّه البصري

لوحة التوجه البصري هي مجموعة بصرية من الصور والألوان والخطوط وعناصر التصميم تُستخدم لتحديد الاتجاه الجمالي والطابع العام للمنتج. تساعد الفرق على استكشاف الأفكار والتعبير عن الأسلوب البصري وتوحيد الرؤية قبل بدء التصميم التفصيلي.

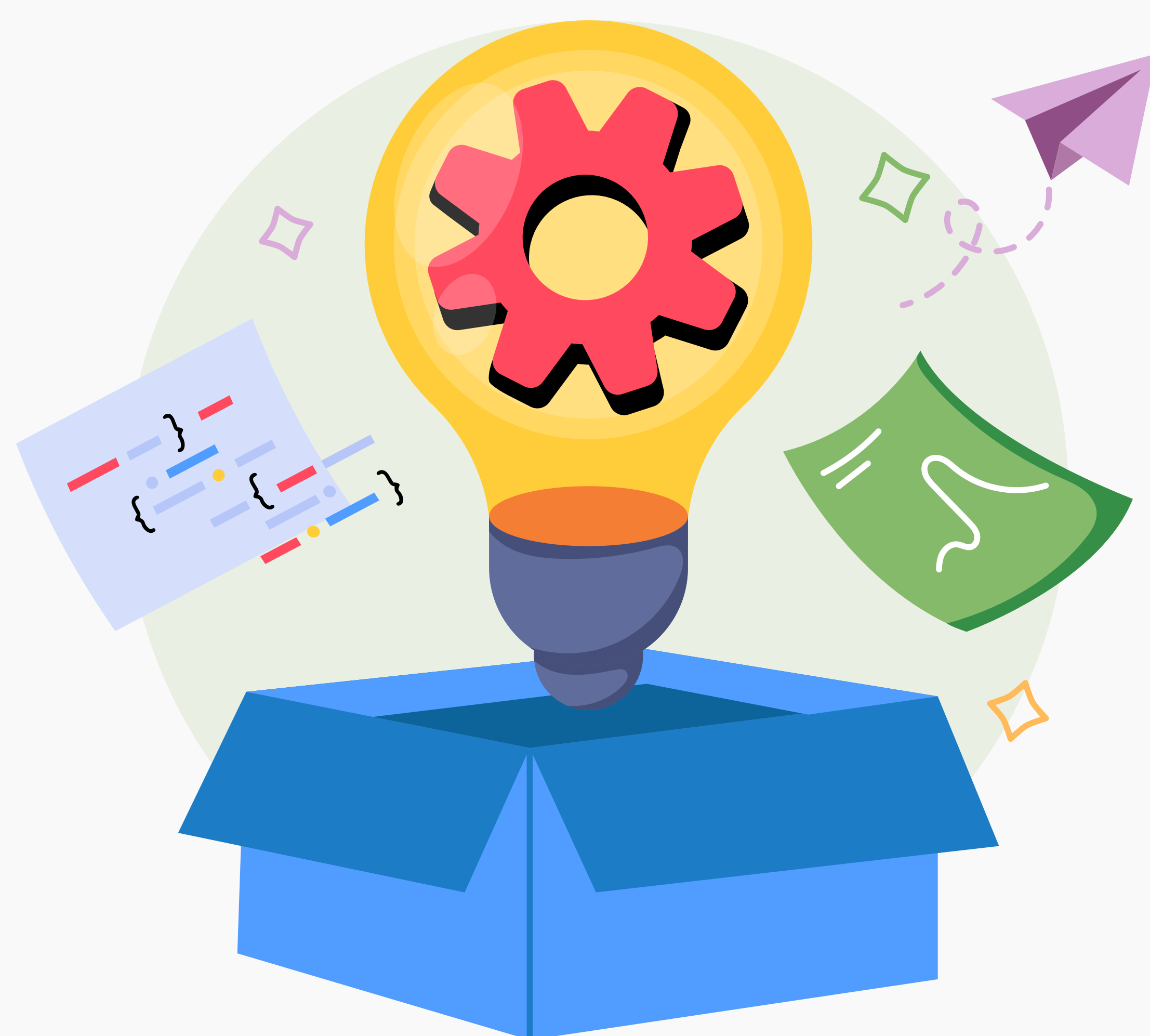


Minimum Viable Product (MVP)

Minimum Viable Product (MVP) is the simplest functional version of a product that includes only the core features needed to deliver value to users and test a key idea. It is used to validate assumptions, gather real user feedback, and learn quickly before investing in full development.

الحد الأدنى من المنتج القابل للتطبيق

الحد الأدنى من المنتج القابل للتطبيق هو أبسط نسخة عملية من المنتج تحتوي فقط على الخصائص الأساسية التي تقدم قيمة للمستخدم. يُستخدم لاختبار الفرضيات وجمع ملاحظات المستخدمين بسرعة قبل الاستثمار في تطوير كامل.

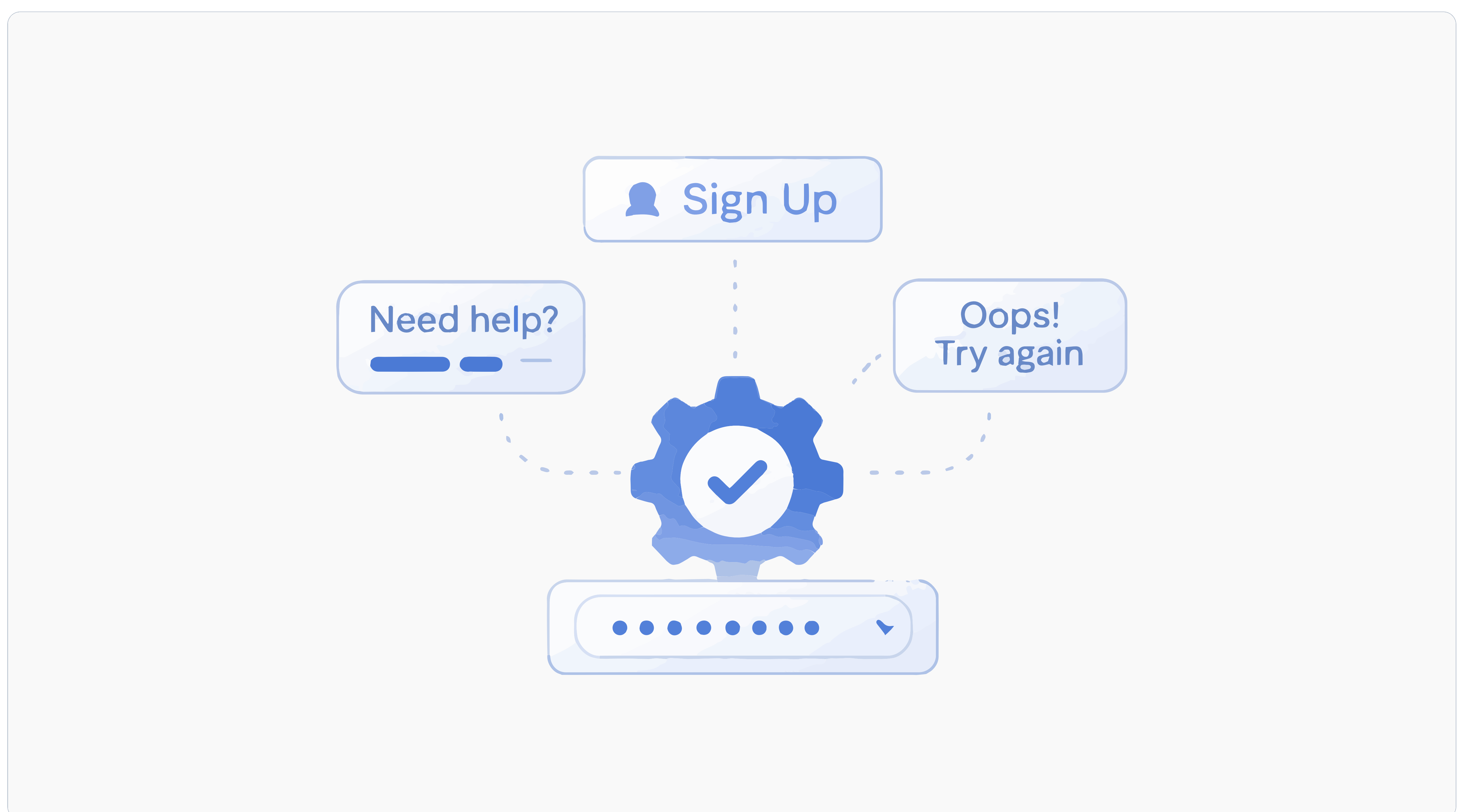


Microcopy Strategy

Microcopy strategy is the systematic approach to designing and managing interface text to support usability, clarity, and consistent communication across a product. It defines tone, wording patterns, and messaging principles to ensure that microcopy effectively guides user behavior and reduces friction.

استراتيجية النصوص المصفّرة

استراتيجية النصوص المصفّرة هي منهجية تصميم وتنظيم نصوص الواجهة لضمان الوضوح وسهولة الاستخدام واتساق التواصل داخل المنتج. تحدد هذه الاستراتيجية أسلوب اللغة وأنماط الصياغة والمبادئ التي تجعل النصوص المصفّرة تدعم سلوك المستخدم وتقلل الاحتكاك أثناء التفاعل.

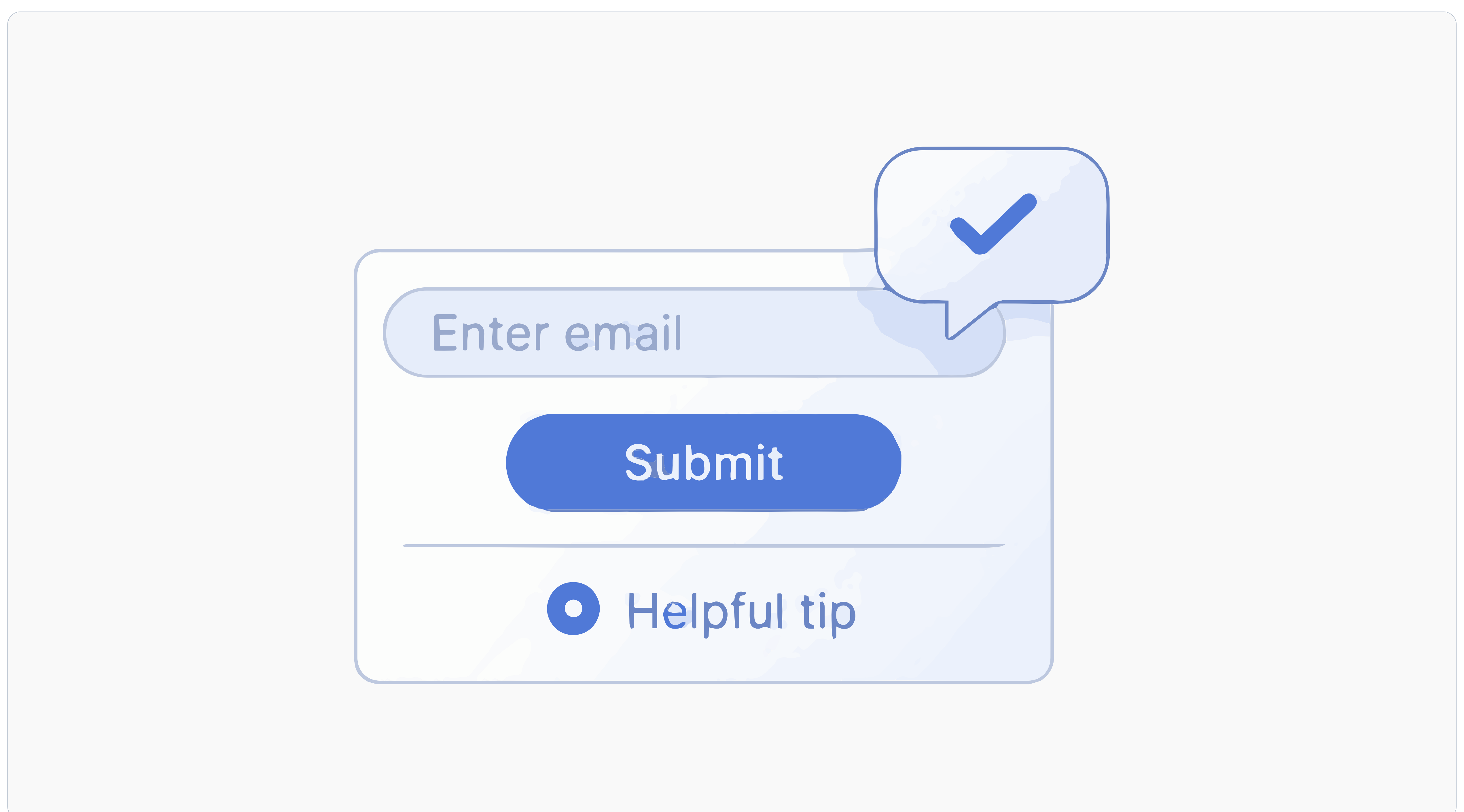


Microcopy

Microcopy refers to the small pieces of interface text that guide users during interactions with a product. These short messages—such as button labels, instructions, tooltips, and error messages—help clarify actions, reduce confusion, and support task completion.

النصوص المصغرة

النصوص المصغرة هي النصوص القصيرة داخل واجهات المستخدم التي توجّه المستخدم أثناء التفاعل مع المنتج. تشمل هذه النصوص عبارات الأزرار والتعليمات والتلميحات ورسائل الخطأ، وتساعد على توضيح الإجراءات وتقليل الارتباك ودعم إتمام المهام.



Mockup

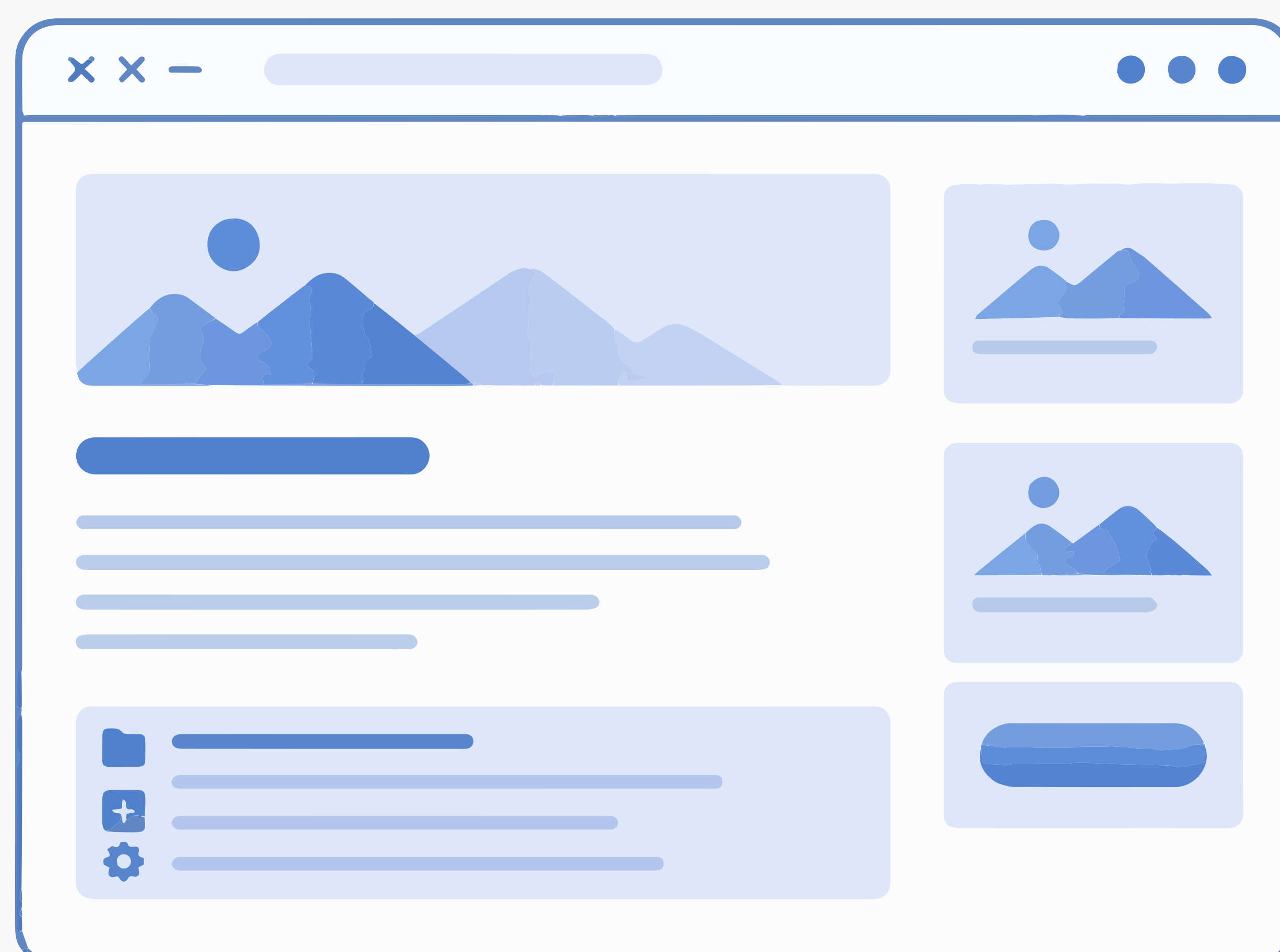
Mockup is a high-fidelity, static visual representation of a product's interface that shows layout, visual style, and branding.

It helps teams and stakeholders evaluate the look and feel of a design before development.

النموذج البصري

هو تمثيل بصري ثابت عالي الدقة لواجهة المنتج يوضح التخطيط والأسلوب البصري وعناصر الهوية البصرية.

يساعد الفرق وأصحاب المصلحة على تقييم الشكل والمظهر قبل مرحلة التطوير.



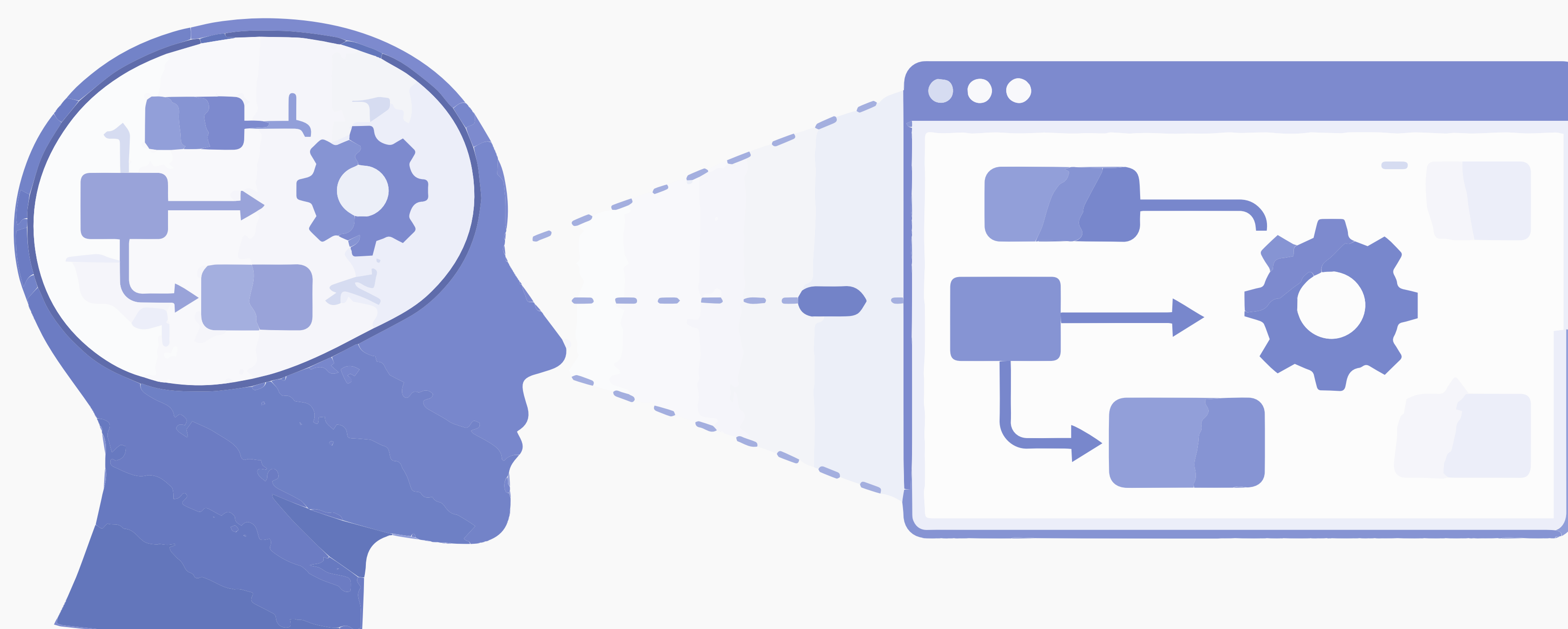
Mental Models

Mental models are the internal assumptions and expectations users form about how a product or system works.

They shape how users interpret interfaces, predict outcomes, and decide how to interact with digital experiences.

النماذج العقلية

النماذج العقلية هي الافتراضات والتوقعات الداخلية التي يشكّلها المستخدم حول كيفية عمل المنتج أو النظام. تؤثر هذه النماذج على طريقة تفسير الواجهة والتنبؤ بالنتائج واتخاذ قرارات التفاعل داخل التجربة الرقمية.

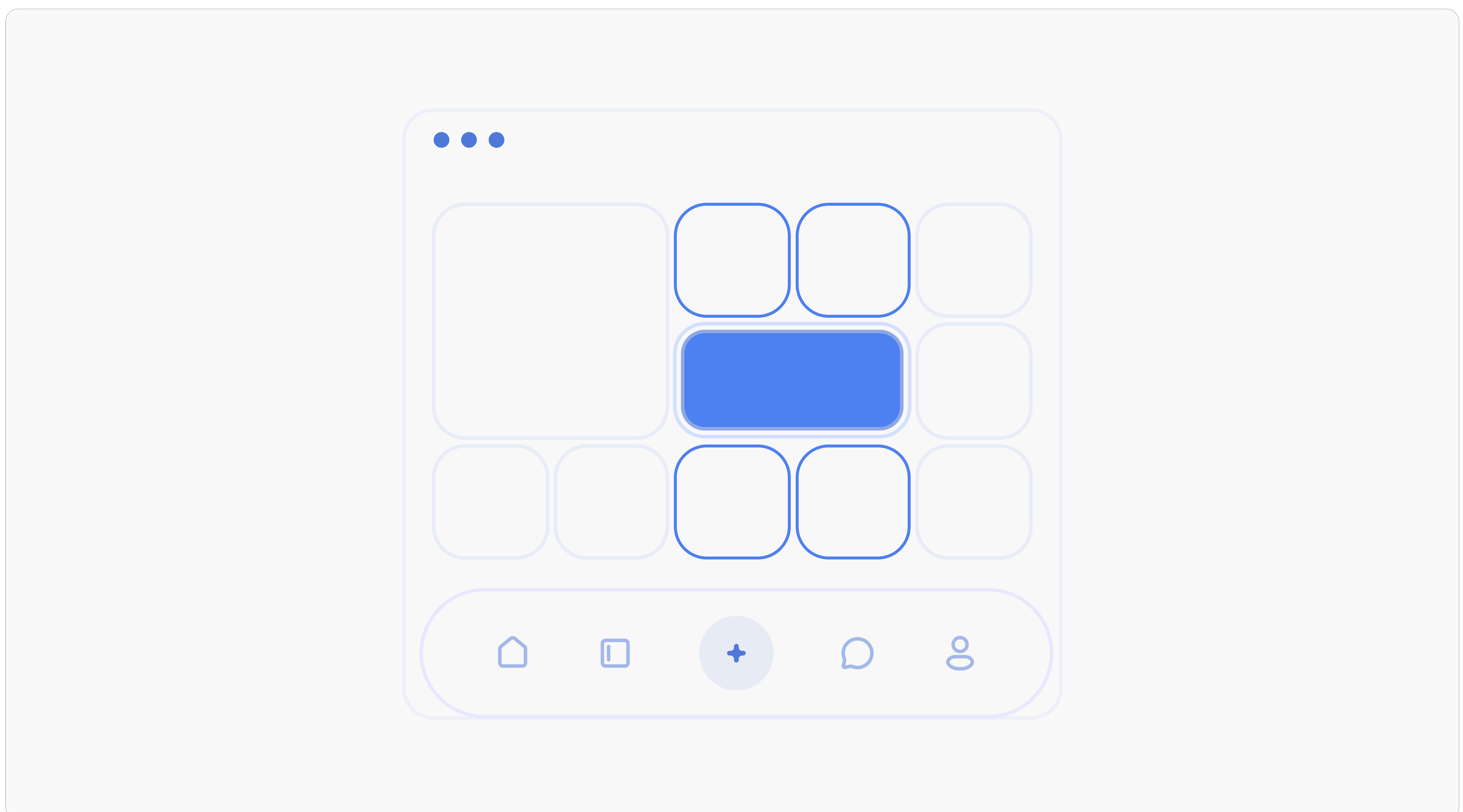


Navigation Test

Navigation testing is a method used to evaluate how easily users can move through a product to complete tasks. It helps identify navigation issues and improve information architecture and user flows.

اختبار التنقل

اختبار التنقل هو أسلوب لتقييم مدى سهولة انتقال المستخدم داخل الموقع أو التطبيق لإتمام المهام. يساعد هذا الاختبار على اكتشاف مشكلات التنقل وتحسين مسارات المستخدم وعمارة المعلومات.



Problem Statement

Problem statement is a clear and focused description of a specific user problem, defining who the user is, what the issue is, and why it matters. It guides design decisions by keeping teams aligned around real user needs.

صياغة المشكلة

صياغة المشكلة هي وصف واضح ومحدد لمشكلة يواجهها المستخدم، يوضح من هو المستخدم وما هي المشكلة ولماذا تمثل أهمية. تساعد هذه الصياغة على توجيه قرارات التصميم والتركيز على احتياجات المستخدم الحقيقية.



Product Life Cycle

Product life cycle is the framework that describes the stages a product passes through from its creation to its decline. It typically includes development, introduction, growth, maturity, and decline, helping teams understand how a product evolves and how strategies should adapt at each stage.

دورة حياة المنتج

دورة حياة المنتج هي إطار يوضح المراحل التي يمر بها المنتج منذ إنشائه وحتى تراجعها. تشمل عادةً مراحل التطوير، الإطلاق، النمو، النضج، والانحدار، وتساعد الفرق على فهم تطور المنتج وتكييف الاستراتيجيات في كل مرحلة.

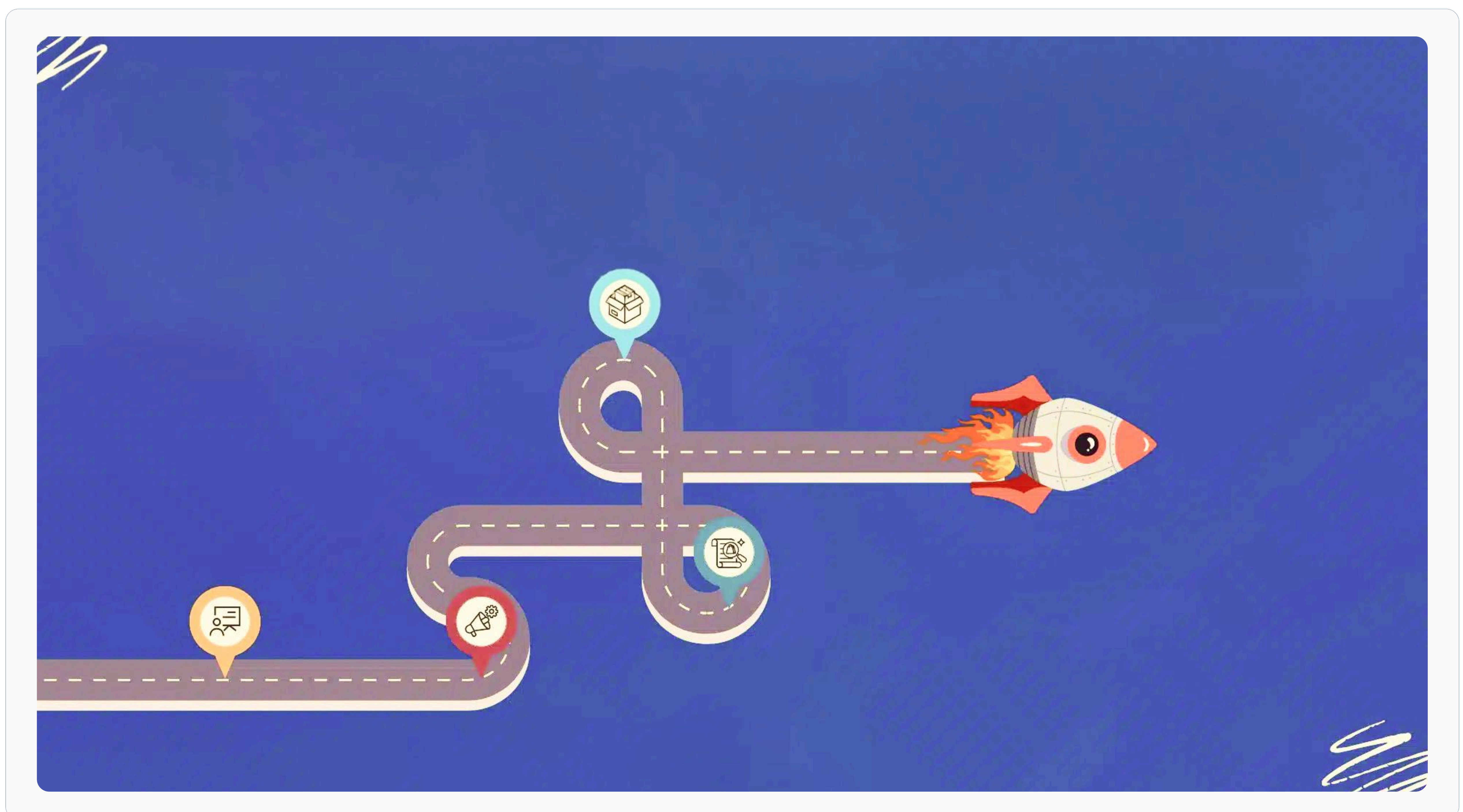


Product Roadmap

Product roadmap is a strategic, high-level plan that communicates how a product will evolve over time. It outlines the product vision, key goals, priorities, and major initiatives, helping teams understand what will be built, why it matters, and roughly when it will happen. A roadmap aligns stakeholders, guides decision-making, and ensures that product development stays focused on delivering value to users and the business.

خارطة طريق المنتج

خارطة طريق المنتج هي خطة استراتيجية عالية المستوى توضح كيف سيتطور المنتج مع مرور الوقت. تعرض رؤية المنتج والأهداف الرئيسية والأولويات والمبادرات الأساسية، مما يساعد الفرق على فهم ما سيتم بناؤه ولماذا ومتى بشكل تقريبي. تساهم خارطة الطريق في توحيد الرؤية بين الفرق وأصحاب المصلحة، وتوجيه اتخاذ القرارات لضمان تقديم قيمة حقيقية للمستخدمين والعمل.

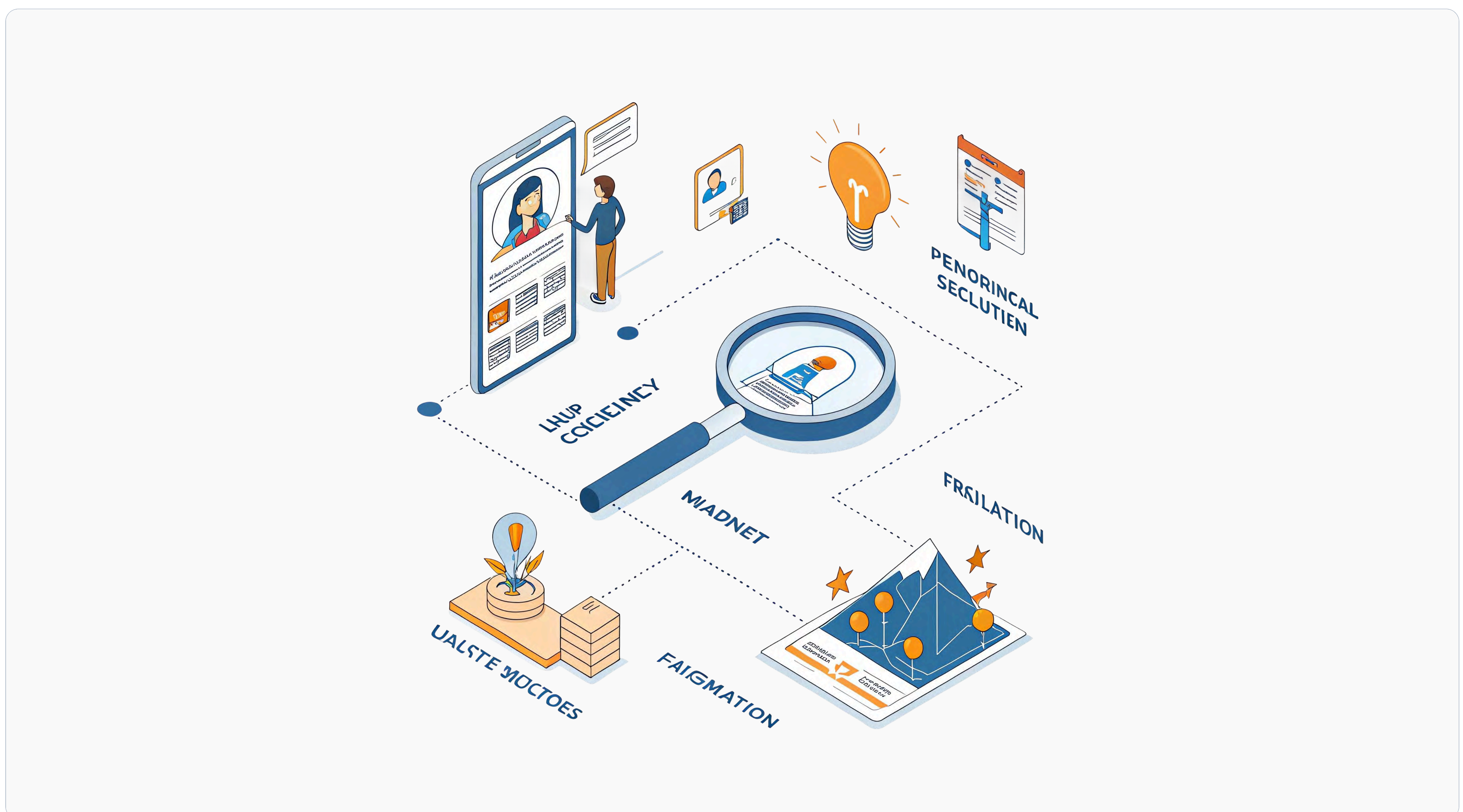


Product Discovery

Product discovery is the process of identifying and validating what to build by understanding user needs, exploring problems, and testing potential solutions. It helps teams reduce risk, ensure product ideas deliver real value, and confirm that they are building the right product before development begins.

اكتشاف المنتج

اكتشاف المنتج هو عملية تحديد ما يجب بناؤه من خلال فهم احتياجات المستخدمين واستكشاف المشكلات واختبار الحلول المقترحة. يساعد هذا النهج الفرق على تقليل المخاطر والتأكد من أن الأفكار تقدم قيمة حقيقية، وضمان بناء المنتج الصحيح قبل بدء التطوير.

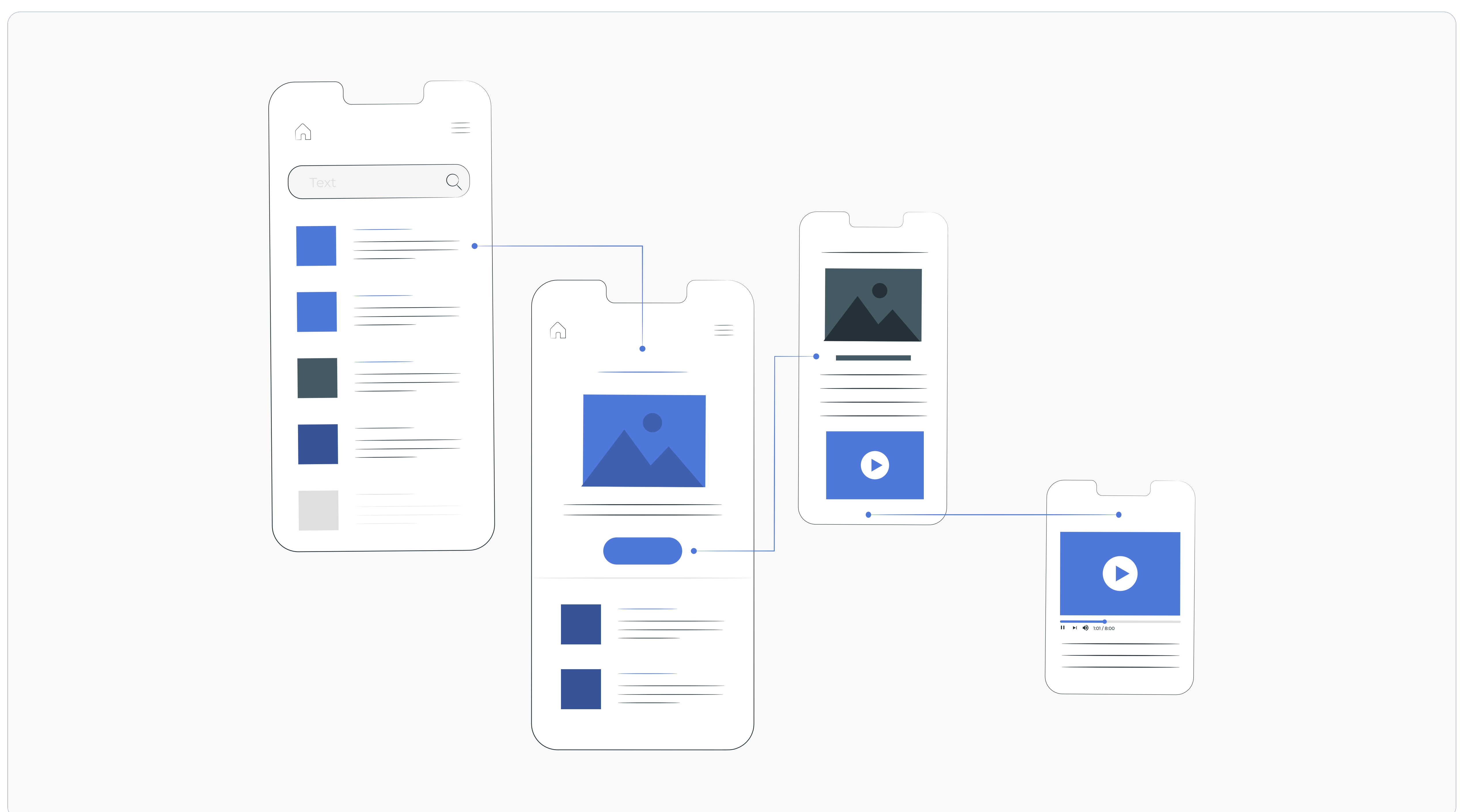


Prototype

Prototype is an early, interactive version of a product used to visualize how it works and test ideas before development. It allows teams to explore concepts, validate design decisions, and gather user feedback.

النموذج الأولي

النموذج الأولي هو نسخة مبكرة وتفاعلية من المنتج تُستخدم لتوضيح كيفية عمله واختبار الأفكار قبل التطوير. يتيح للفرق استكشاف الحلول، والتحقق من قرارات التصميم، وجمع ملاحظات المستخدمين.

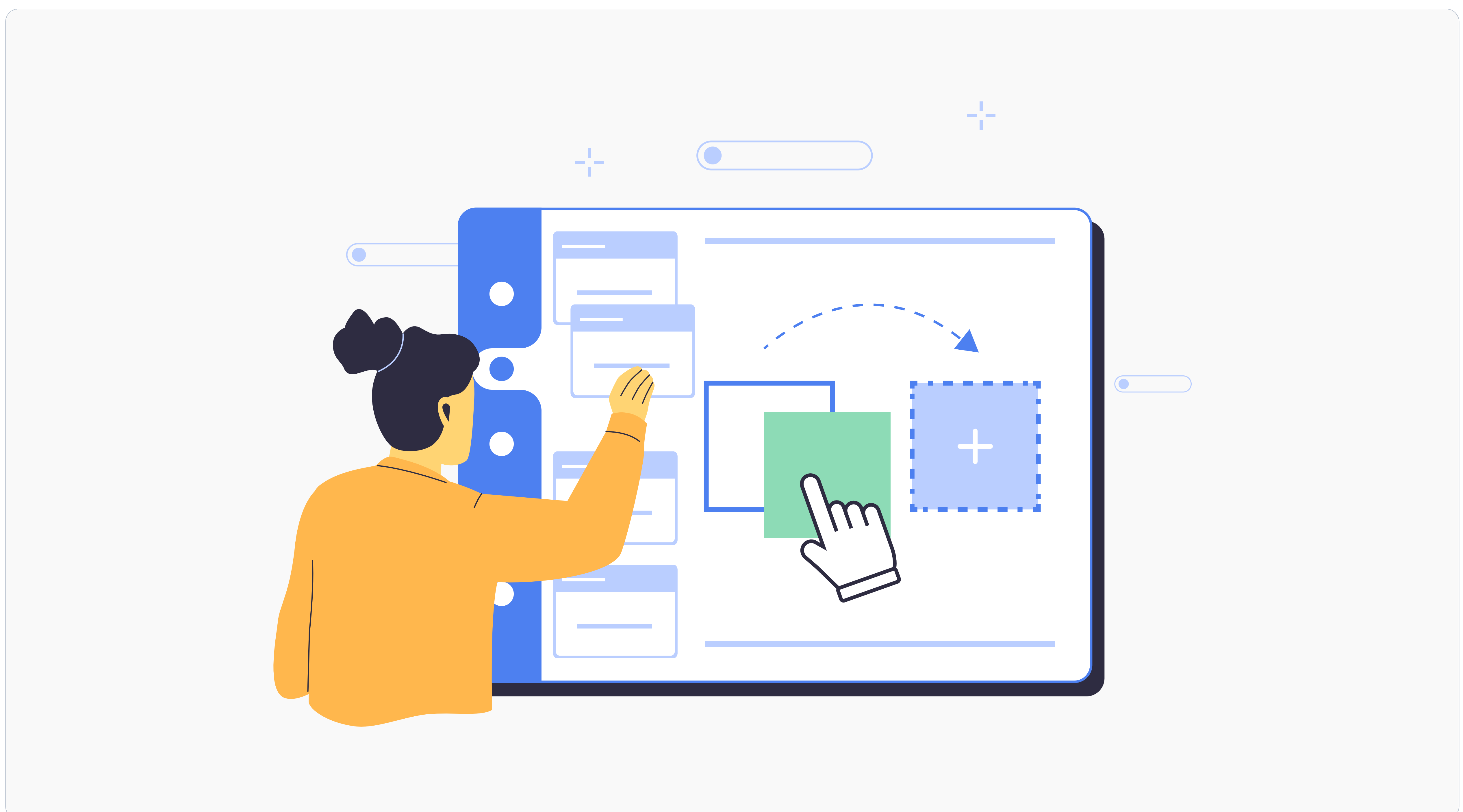


Prototype Test

Prototype testing is the process of evaluating an early version of a product with real users to validate design decisions. It helps identify usability issues, gather feedback, and ensure the product meets user needs before development.

اختبار النموذج الأولي

اختبار النموذج الأولي هو عملية تقييم نسخة أولية من المنتج مع مستخدمين حقيقيين للتحقق من صحة قرارات التصميم. يساعد هذا الاختبار على اكتشاف مشكلات قابلية الاستخدام وجمع الملاحظات والتأكد من توافق المنتج مع احتياجات المستخدم قبل بدء التطوير.



Product Management

Product management is the practice of defining a product's vision, strategy, and priorities to ensure it meets user needs and business goals. It guides the product across its lifecycle by aligning teams, making decisions on what to build, and ensuring the product delivers value.

إدارة المنتج

إدارة المنتج هي عملية تحديد رؤية المنتج واستراتيجيته وأولوياته لضمان تلبية احتياجات المستخدمين وتحقيق أهداف العمل. تقود هذه العملية المنتج خلال دورة حياته من خلال تنسيق عمل الفرق المختلفة واتخاذ قرارات حول ما يجب بناؤه لضمان تقديم قيمة حقيقية.



Persona

Persona is a research-based representation of a key user segment that combines shared behaviors, goals, motivations, and pain points into a clear user profile. It helps teams understand users, build empathy, and make design decisions based on real user needs rather than assumptions.

نموذج المستخدم (پرسونا)

نموذج المستخدم هي تمثيل مبني على البحث لشريحة محددة من المستخدمين، يجمع الأنماط المشتركة في السلوك والأهداف والدوافع ونقاط الألم ضمن ملف واضح. تساعد الفرق على فهم المستخدمين وبناء التعاطف معهم واتخاذ قرارات تصميم مبنية على احتياجات حقيقية بدلاً من الافتراضات.



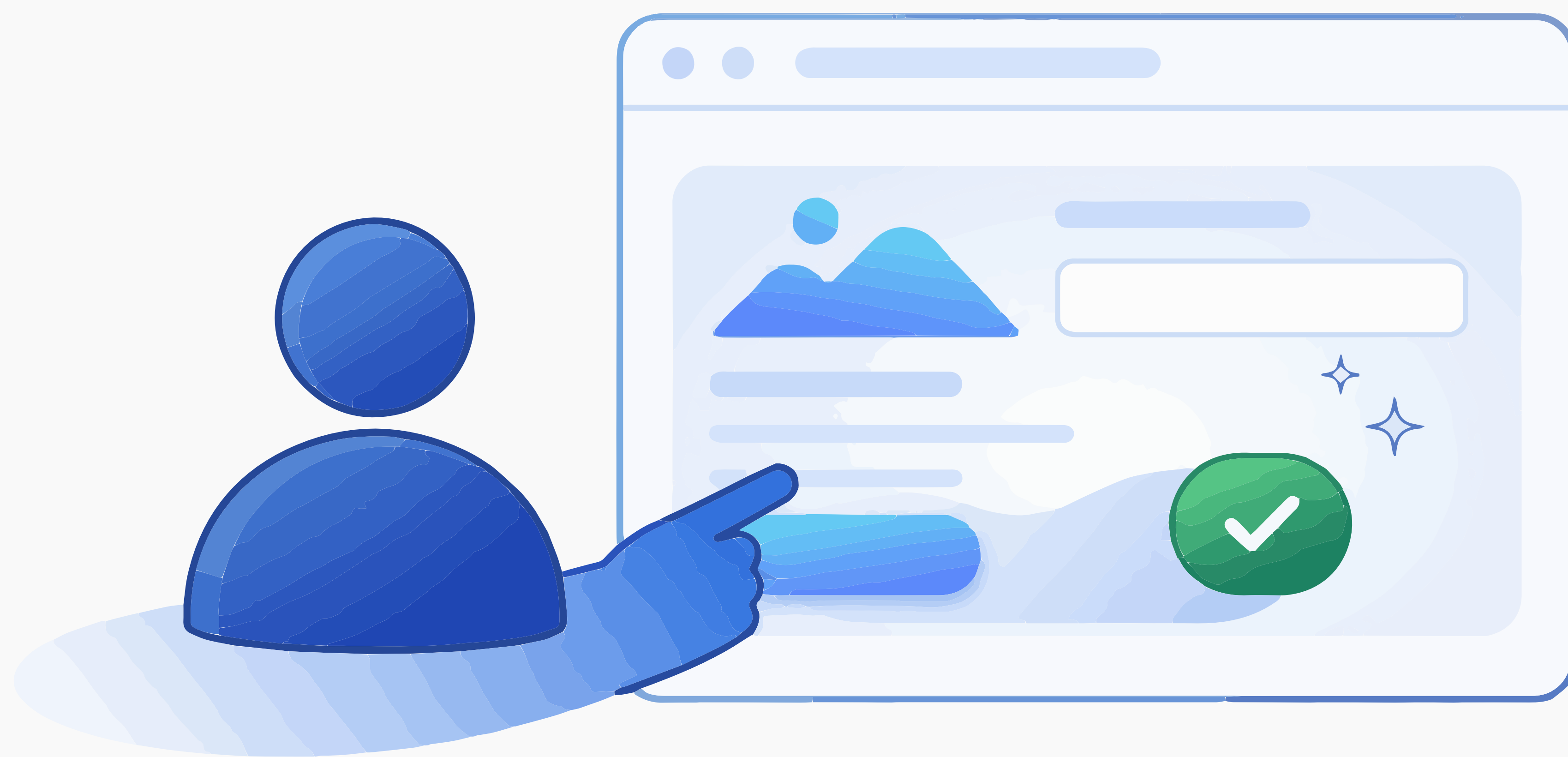
Product Adoption

Product adoption is the process by which users begin using a product or feature and integrate it into regular use.

It helps teams measure perceived value and identify factors that influence activation, engagement, and retention.

عملية اعتماد المنتج (تبني المنتج)

هي العملية التي يبدأ فيها المستخدم باستخدام المنتج أو الميزة ودمجها في استخدامه المنتظم. يساعد الفرق على قياس القيمة المدركة وتحديد العوامل التي تؤثر على التفعيل والتفاعل والاستمرار.



Pain Points

Pain points are usability or experience issues that create friction, frustration, or difficulty for users when interacting with a product or service.

They help teams identify where users struggle or fail to complete tasks, guiding improvements in usability, accessibility, and overall experience.

نقاط الضعف

نقاط الضعف هي المشكلات أو العوائق في تجربة الاستخدام التي تسبب صعوبة أو إحباطًا للمستخدم أثناء التفاعل مع المنتج أو الخدمة. تساعد على تحديد مواضع التعثر أو الفشل في إتمام المهام، مما يوجّه تحسينات قابلية الاستخدام وإمكانية الوصول وجودة التجربة بشكل عام.

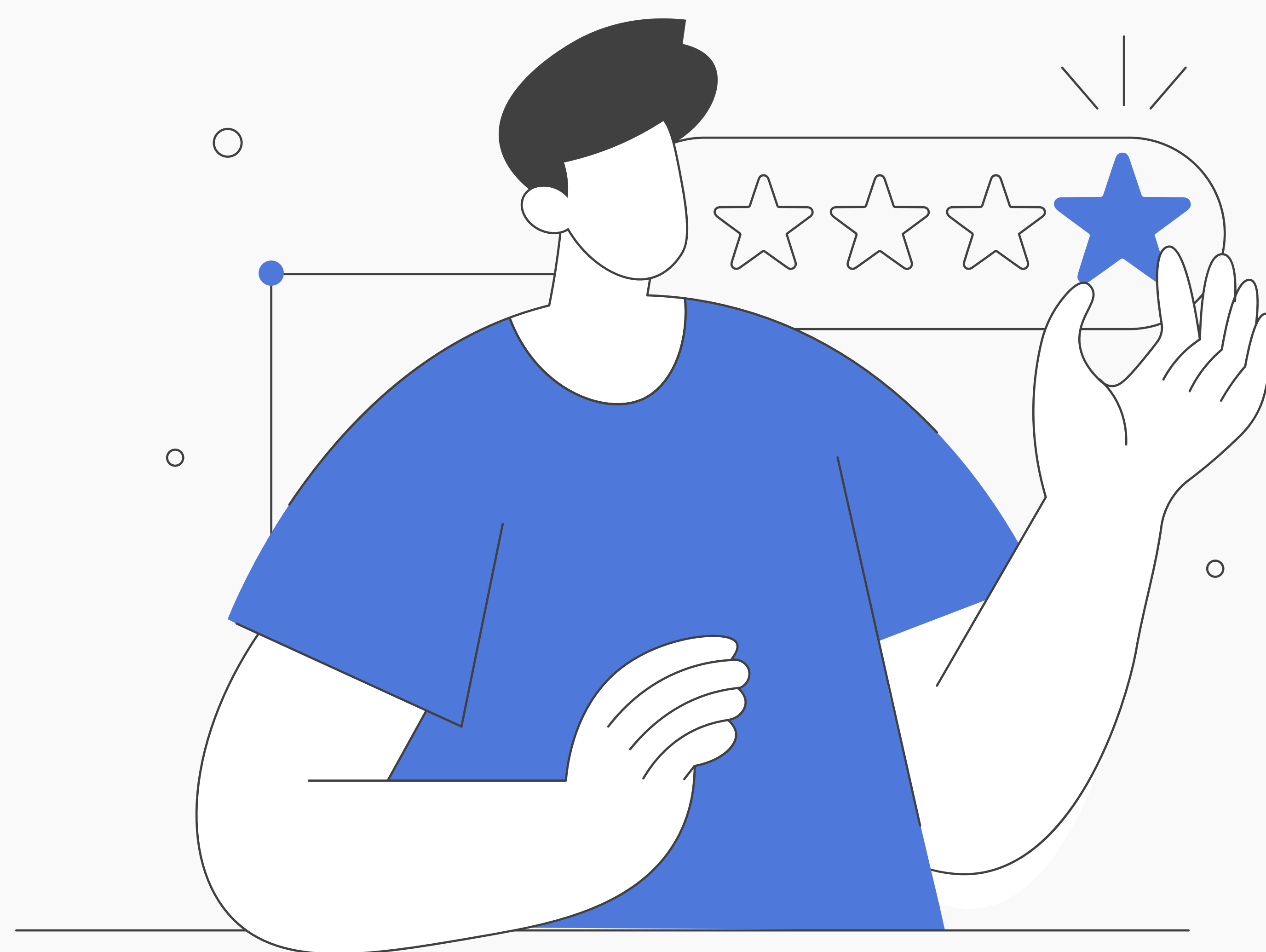


Preference Test

A preference test is a test that asks users to choose between two design options to help understand what matters to them. Participants are shown several design options and asked to choose which one they prefer. These tests are commonly used to measure aesthetic appeal, but you can also ask participants to judge designs based on their trustworthiness, or how well they communicate a specific message or idea.

اختبار التفضيل

يطبق اختبار التفضيل عند عرض تصميمين أمام المستخدمين وسؤالهم عن التصميم الذي يفضلونه والذي يلبي احتياجاتهم، ويهدف هذا الاختبار إلى قياس التصميم الخارجي للموقع أو التطبيق وهل يطبق الأهداف المطلوبة منه أم لا دون التطرق إلى كيفية استخدام المنتج.



Qualitative Research

Qualitative research is a research approach that explores user behaviors, experiences, motivations, and perceptions through non-numerical data. It relies on methods such as interviews, observations, and open-ended feedback to understand the reasons behind user actions and decisions. The insights help teams uncover problems, discover needs, and inform design decisions.

البحث النوعي

البحث النوعي هو منهج بحثي يهدف إلى فهم سلوك المستخدمين وتجاربهم ودوافعهم من خلال بيانات غير رقمية. يعتمد على أساليب مثل المقابلات والملاحظة والملاحظات المفتوحة لفهم الأسباب الكامنة وراء تصرفات المستخدمين وقراراتهم. تساعد نتائج الفرق على اكتشاف المشكلات وفهم احتياجات المستخدمين واتخاذ قرارات تصميم أفضل.

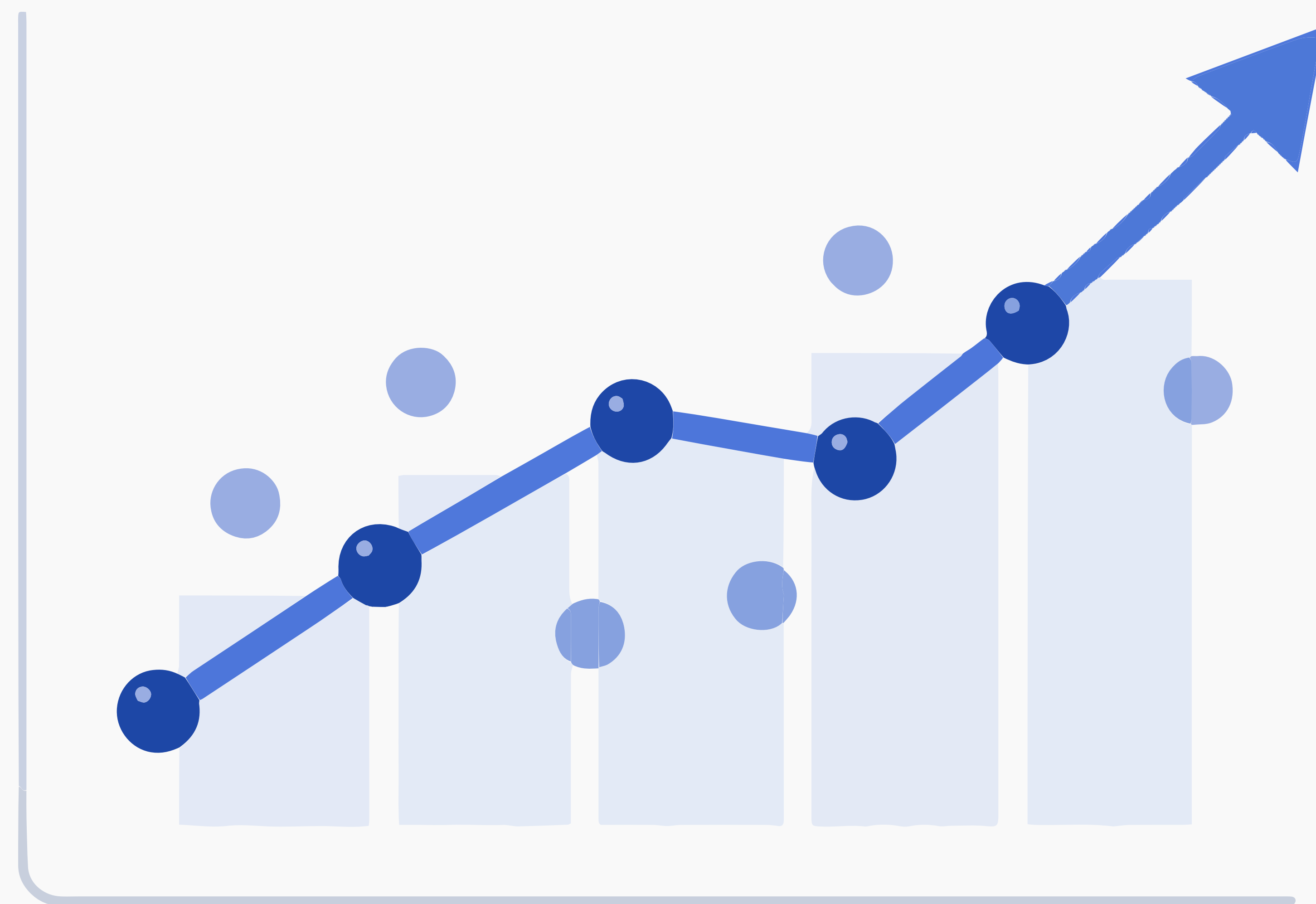


Quantitative Research

Quantitative research is a research approach that collects and analyzes numerical data to understand patterns and trends in user behavior. It relies on structured data collection and statistical analysis to measure outcomes and test hypotheses. The results help teams evaluate performance, compare alternatives, and determine how widespread a behavior or outcome is across users.

البحث الكمي

البحث الكمي هو منهج بحثي يعتمد على جمع البيانات الرقمية وتحليلها لفهم الأنماط والاتجاهات في سلوك المستخدم. يعتمد على أساليب منظمة لجمع البيانات وتحليلها إحصائيًا من أجل قياس النتائج واختبار الفرضيات. تساعد نتائج الفرق على تقييم الأداء ومقارنة البدائل وتحديد مدى انتشار سلوك أو نتيجة معينة بين المستخدمين.



Responsive Design

Responsive design is an approach to interface design that allows layouts and content to adapt automatically to different screen sizes, devices, and interaction contexts.

It ensures a consistent and usable experience whether users access a product from a mobile phone, tablet, or desktop.

التصميم المتجاوب

التصميم المتجاوب هو نهج في تصميم الواجهات يتيح تكيف التخطيط والمحتوى تلقائيًا مع أحجام الشاشات والأجهزة وسياقات الاستخدام المختلفة. يضمن هذا النهج تجربة متسقة وسهلة الاستخدام سواء تم الوصول إلى المنتج من الهاتف المحمول أو الجهاز اللوحي أو الحاسوب.



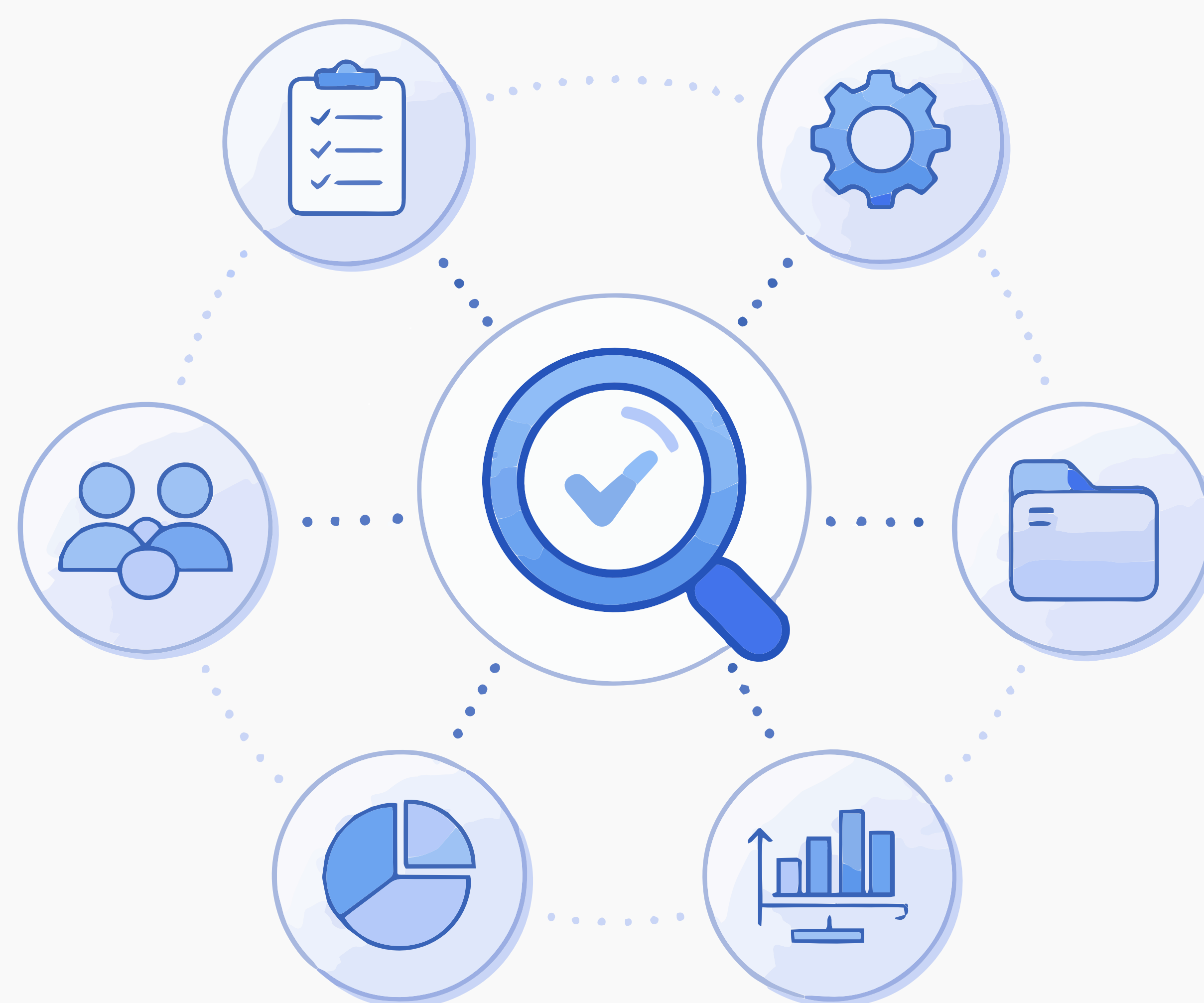
ResearchOps

ResearchOps (Research Operations) is the function that manages the processes, tools, and coordination needed to support UX research.

It helps scale research efforts by organizing participants, governance, knowledge, and workflows.

عمليات البحث

عمليات البحث هي وظيفة تنظيمية تدير العمليات والأدوات والتنسيق الداعم لبحوث تجربة المستخدم. تساعد على توسيع نطاق البحث عبر تنظيم المشاركين والمعرفة والحوكمة وسير العمل.

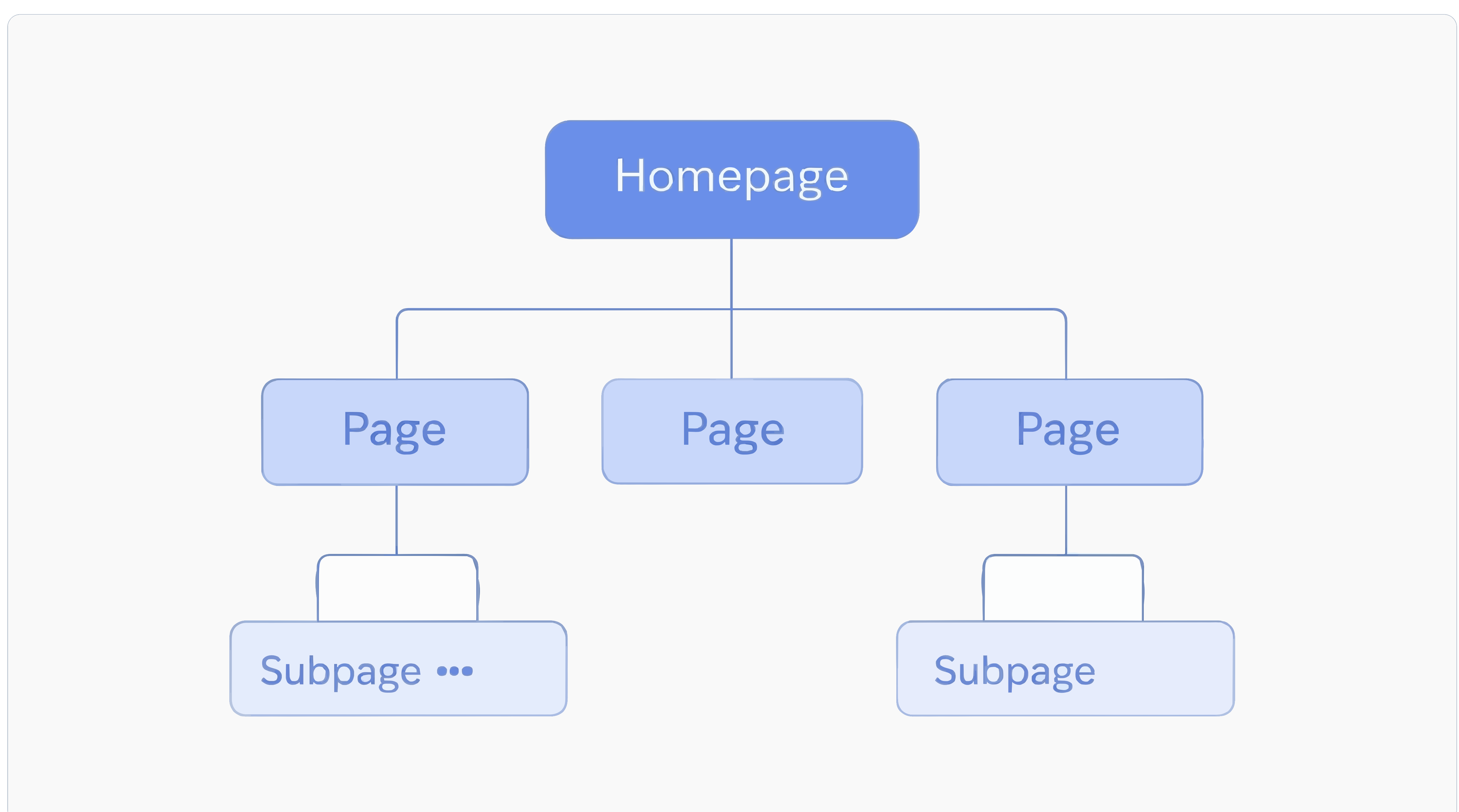


Sitemap

Sitemap is a visual diagram that represents the structure and hierarchy of pages within a website. It shows how pages are organized and connected, helping teams plan navigation, structure content, and design the information architecture of a product.

خريطة الموقع

خريطة الموقع هي مخطط بصري يوضح هيكل الصفحات داخل الموقع وتسلسلها الهرمي. يبين كيفية تنظيم الصفحات وعلاقاتها ببعضها، ويساعد الفرق على تخطيط التنقل وتنظيم المحتوى وبناء عمارة المعلومات للموقع.



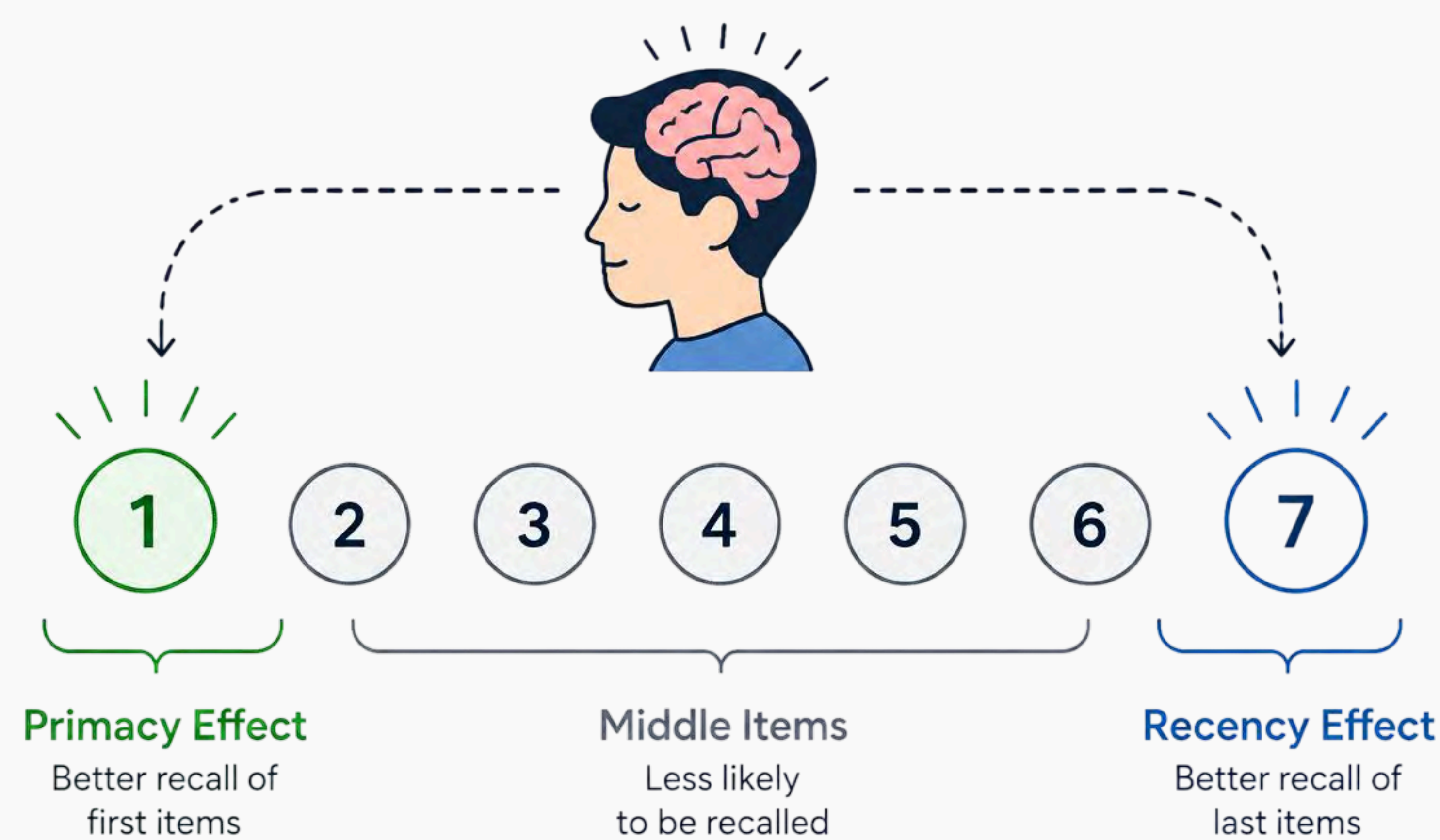
Serial Position Effect

Serial position effect is a psychological principle where users tend to remember the first and last items in a sequence more easily than those in the middle. It influences how information is perceived and recalled, making placement important when presenting content or options.

تأثير الترتيب التسلسلي

تأثير الترتيب التسلسلي هو مبدأ نفسي يُشير إلى أن المستخدمين يتذكرون العناصر الأولى والأخيرة في أي تسلسل بشكل أفضل من العناصر الموجودة في المنتصف. يتكوّن هذا التأثير من جزأين: تأثير الأسبقية (تذكر العناصر الأولى) وتأثير الحدّثة (تذكر العناصر الأخيرة).

في تصميم تجربة المستخدم، يوجّه هذا المبدأ كيفية ترتيب المحتوى والخيارات. فوضع العناصر الأكثر أهمية في بداية أو نهاية القوائم وأشرطة التنقل يزيد من احتمالية ملاحظتها وتذكرها من قبل المستخدمين.

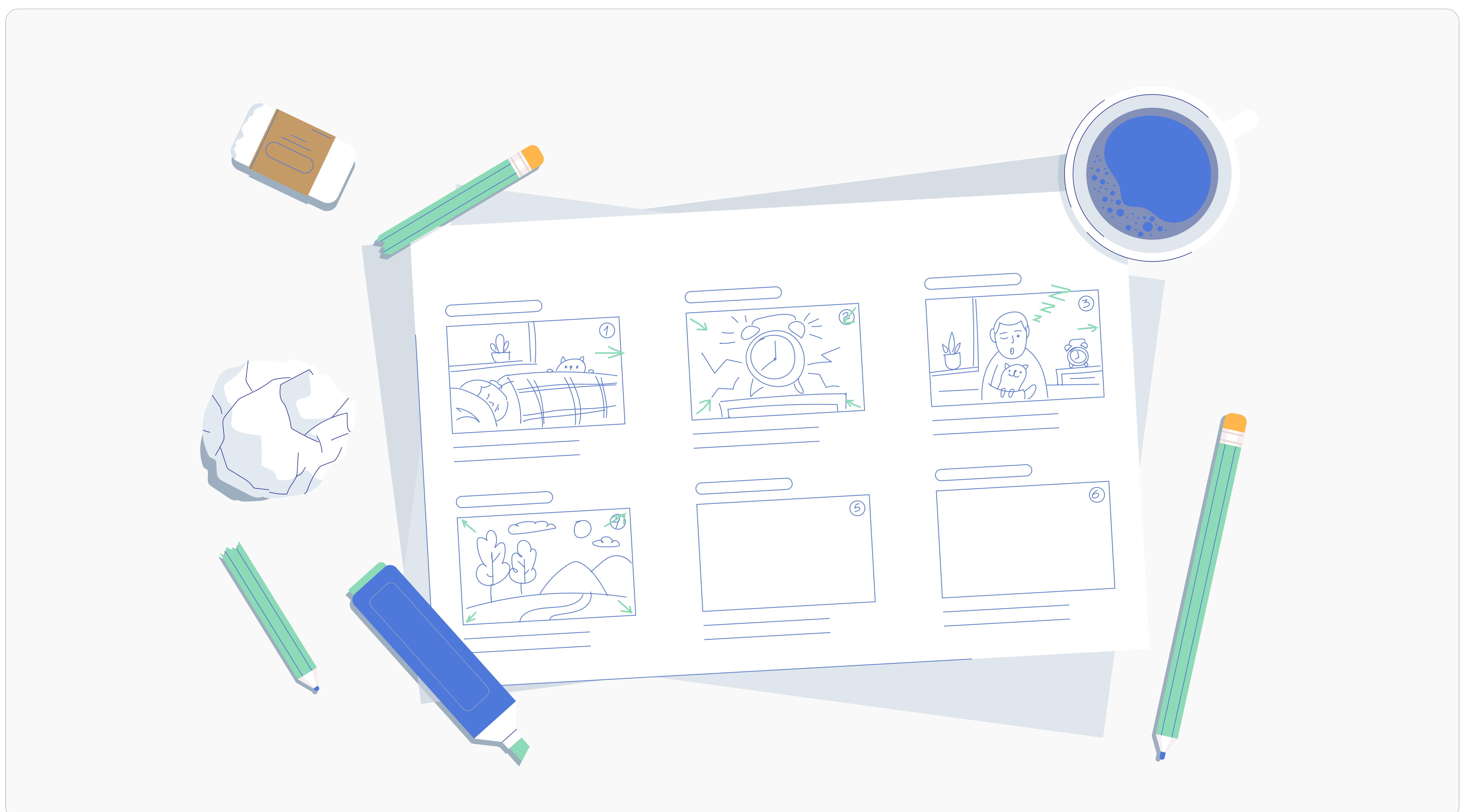


Storyboard

Storyboard is a visual sequence of frames used to illustrate a user's journey and interactions with a product over time. It combines scenes and narrative to show how a user experiences a situation, helping teams understand context, identify problems, and communicate ideas clearly.

القصة المصورة

القصة المصورة هي تسلسل بصري من المشاهد يُستخدم لتوضيح رحلة المستخدم وتفاعله مع المنتج عبر الزمن. تجمع بين الصور والسرد لعرض تجربة المستخدم في سياق واقعي، مما يساعد على فهم السيناريوهات واكتشاف المشكلات والتواصل بوضوح.

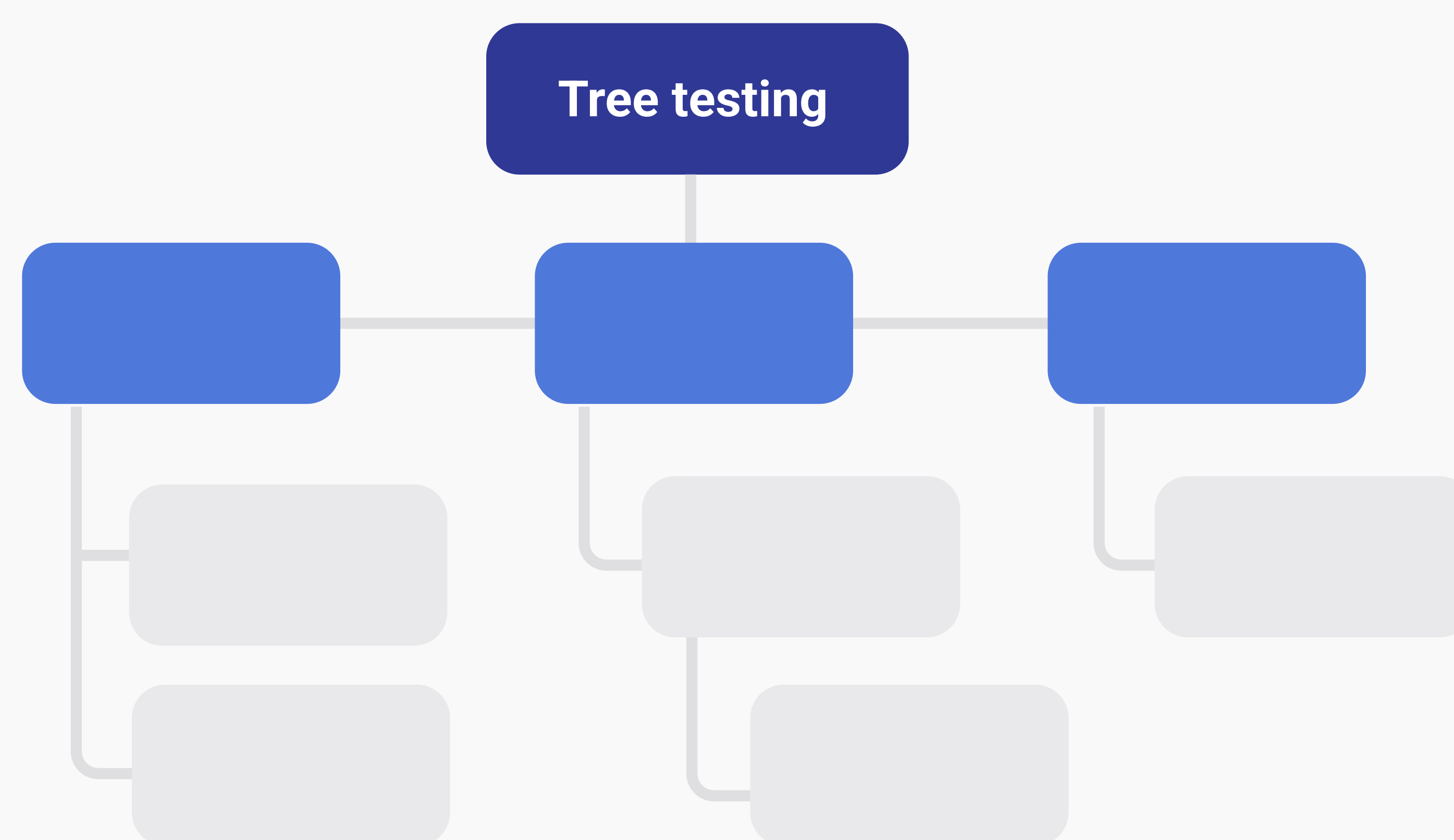


Tree Testing

Tree testing is a usability testing method used to evaluate how easily users can find information within a product's structure. It presents a simplified, text-only version of the information architecture and asks users to locate specific items, helping identify navigation and labeling issues.

اختبار هيكل المعلومات

اختبار هيكل المعلومات هو أسلوب من أساليب اختبار قابلية الاستخدام يُستخدم لتقييم مدى سهولة العثور المستخدم على المعلومات داخل هيكل الموقع أو التطبيق. يتم ذلك من خلال عرض نسخة نصية مبسطة من الهيكل، ثم يُطلب من المستخدمين الوصول إلى عناصر محددة لاختبار وضوح التنظيم والتسميات.



User Interface (UI) Design

User interface (UI) design is the process of designing the visual and interactive elements of a product. It focuses on defining layout, visual style, and the behavior of interface components to ensure clarity, consistency, and ease of use.

تصميم واجهة المستخدم

تصميم واجهة المستخدم هو عملية تصميم العناصر المرئية والتفاعلية داخل المنتج. يركز على تحديد التخطيط والأسلوب البصري وسلوك مكونات الواجهة لضمان الوضوح والاتساق وسهولة الاستخدام.

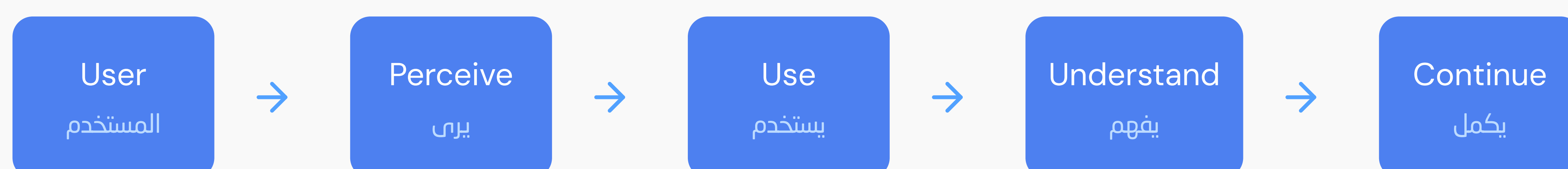


User Journey Map

User journey map is a visual representation of the user journey that organizes steps, touchpoints, and user experience elements into a structured format. It often includes stages, user actions, and insights such as pain points or opportunities. It helps teams analyze the experience, communicate findings, and identify areas for improvement.

خريطة رحلة المستخدم

خريطة رحلة المستخدم هي تمثيل بصري لرحلة المستخدم ينظم المراحل ونقاط التفاعل وعناصر التجربة ضمن هيكل واضح. قد تتضمن خطوات المستخدم ورؤى مثل نقاط الألم أو فرص التحسين. تساعد هذه الخريطة الفرق على تحليل التجربة والتواصل حولها وتحديد مجالات التطوير.



User Testing

User testing is a research method in which real users interact with a product or prototype while researchers observe their behavior and gather feedback. It is used to evaluate how well a product meets user needs, supports task completion, and delivers a satisfactory experience.

اختبار المستخدم

اختبار المستخدم هو أسلوب بحثي يتفاعل فيه مستخدمون حقيقيون مع منتج أو نموذج أولي بينما يلاحظ الباحثون سلوكهم ويجمعون ملاحظاتهم. يُستخدم هذا الاختبار لتقييم مدى توافق المنتج مع احتياجات المستخدمين وقدرته على دعم إتمام المهام وتقديم تجربة مُرضية.



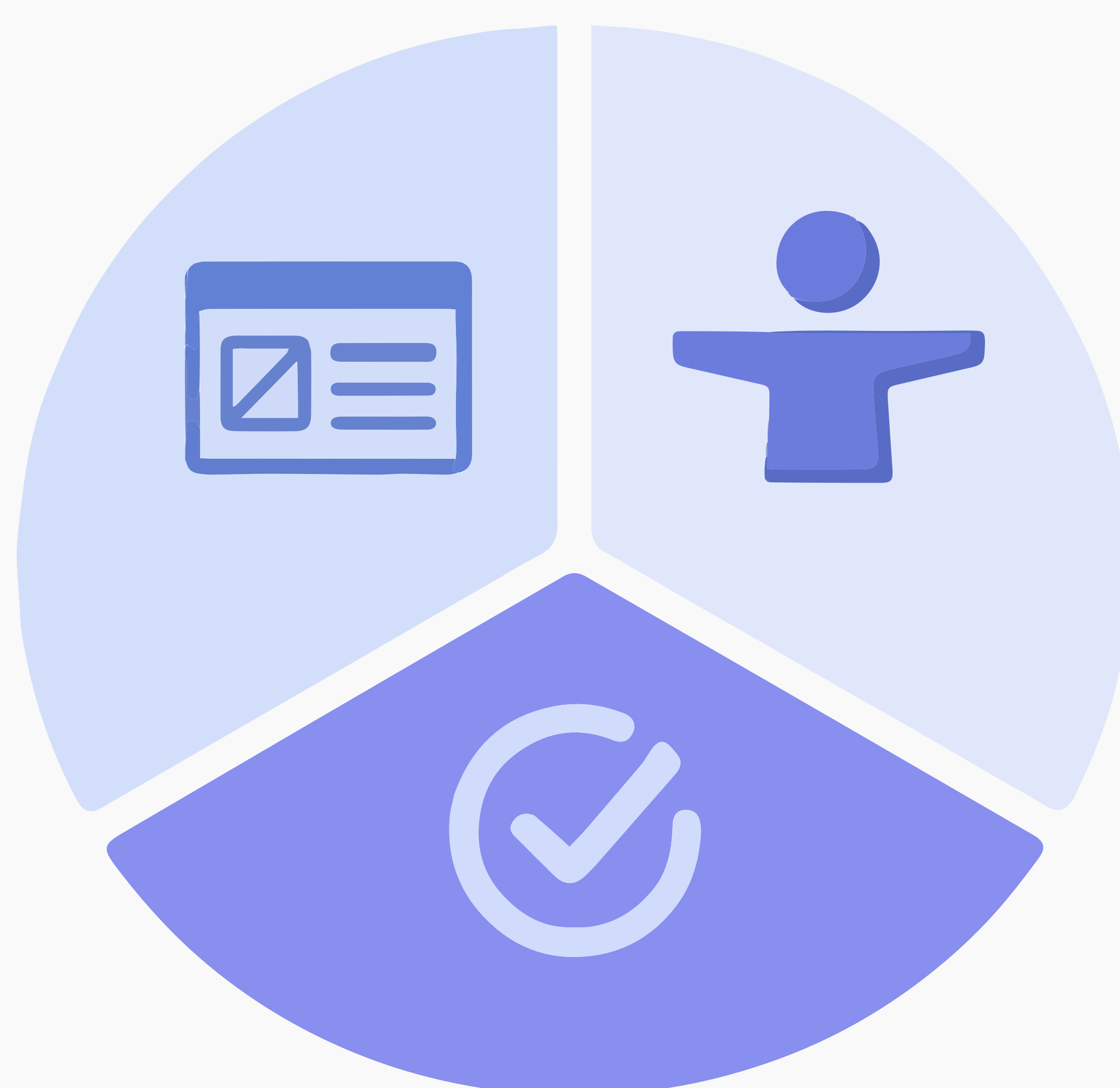
User Experience (UX) Design

User experience (UX) design is the process of planning, designing, and evaluating digital products to ensure they are useful, usable, accessible, and enjoyable for end users.

UX design focuses on how users interact with a product across the entire journey, aligning user needs with business goals through research, design, and testing.

تصميم تجربة المستخدم (UX)

تصميم تجربة المستخدم (UX) هو عملية تخطيط وتصميم وتقييم المنتجات الرقمية بهدف ضمان أن تكون مفيدة، وسهلة الاستخدام، ومتاحة، وممتعة للمستخدمين النهائيين. يركز تصميم تجربة المستخدم على كيفية تفاعل المستخدم مع المنتج عبر رحلته الكاملة، مع تحقيق التوازن بين احتياجات المستخدم وأهداف العمل من خلال البحث والتصميم والاختبار.



User Experience (UX) Writing

UX writing is the practice of crafting the text within a digital product to guide users through interactions. It focuses on clarity, simplicity, and usability, ensuring that interface content—such as labels, instructions, and messages—helps users understand actions and complete tasks effectively.

الكتابة لتجربة المستخدم

الكتابة لتجربة المستخدم هي عملية صياغة النصوص داخل المنتجات الرقمية لتوجيه المستخدم أثناء التفاعل. تركز على الوضوح والبساطة وسهولة الاستخدام، بحيث تساعد نصوص الواجهة مثل الأزرار والتعليمات والرسائل المستخدم على فهم الإجراءات وإتمام المهام بكفاءة.



User Experience Research (UEX)

User experience research (UX research / UXR) is the systematic study of users' needs, behaviors, and contexts to inform design decisions.

It helps teams reduce assumptions and guide product improvements using qualitative and quantitative insights.

البحث المرتبط بتجربة المستخدم

البحث في تجربة المستخدم هو دراسة منهجية لاحتياجات المستخدمين وسلوكهم وسياقات استخدامهم بهدف توجيه قرارات التصميم. يساعد الفرق على تقليل الافتراضات وتحسين المنتجات بالاعتماد على رؤى نوعية وكمية.



User-Centered Design

User-Centered Design (UCD) is a design approach in which products are shaped around users' needs, contexts, and behaviors throughout the design process.

It helps teams create usable and accessible solutions by involving users in research, design, and evaluation across iterations.

التصميم المرتكز على المستخدم

هو نهج تصميم يضع احتياجات المستخدمين وسياقاتهم وسلوكهم في مركز عملية التصميم. يساعد هذا النهج الفرق على إنشاء منتجات سهلة الاستخدام وقابلة للوصول من خلال إشراك المستخدمين في البحث والتصميم والتقييم عبر مراحل التطوير.



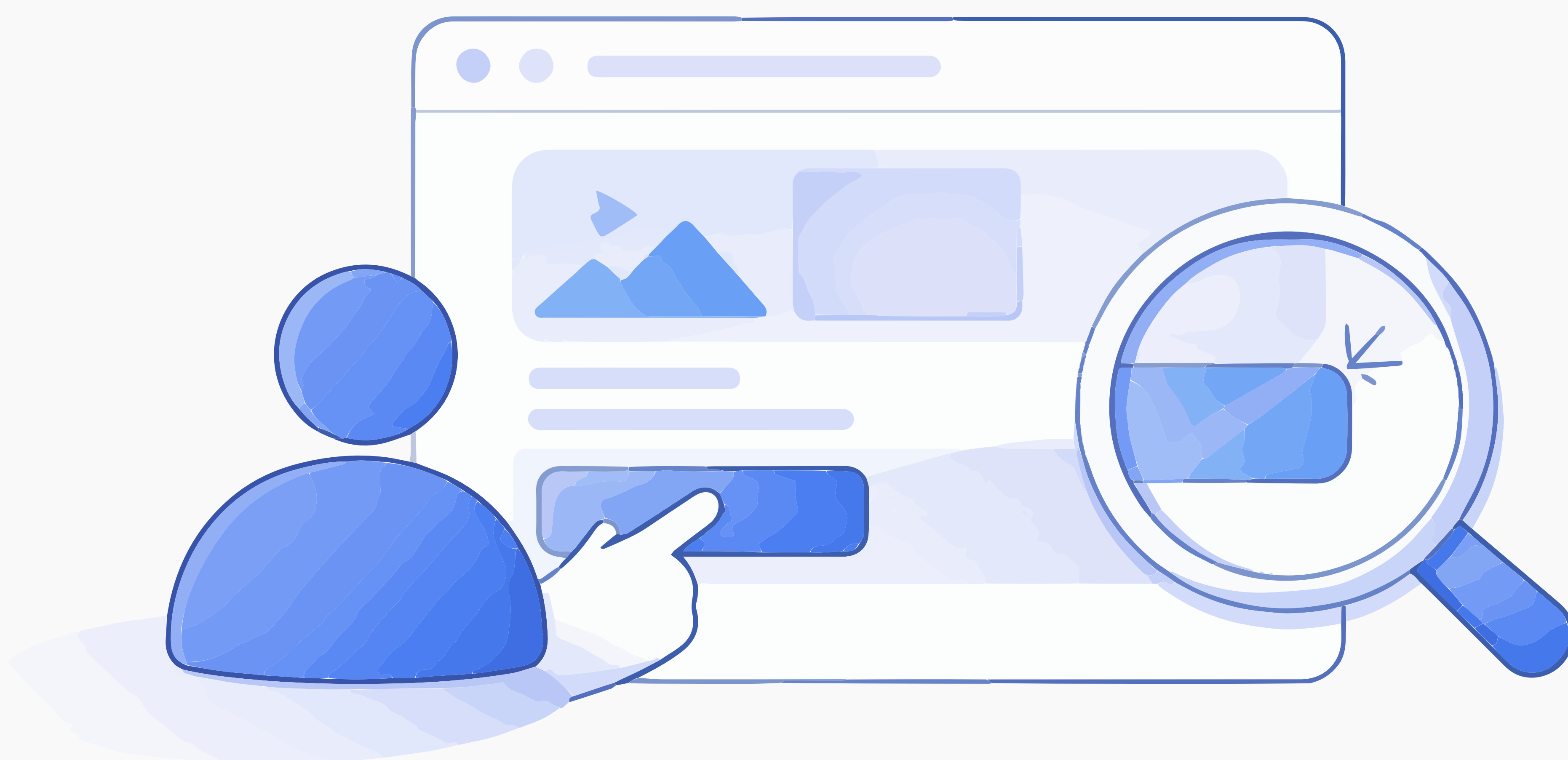
Usability Testing

Usability testing is a research method in which representative users attempt tasks with a product while researchers observe their behavior.

It helps identify usability issues and evaluate how easily users can complete intended actions.

اختبار قابلية الاستخدام

اختبار قابلية الاستخدام هو أسلوب بحثي يُطلب فيه من مستخدمين ممثلين تنفيذ مهام باستخدام المنتج بينما يلاحظ الباحثون سلوكهم. يساعد على اكتشاف مشكلات قابلية الاستخدام وتقييم مدى سهولة إتمام المهام.



User Story

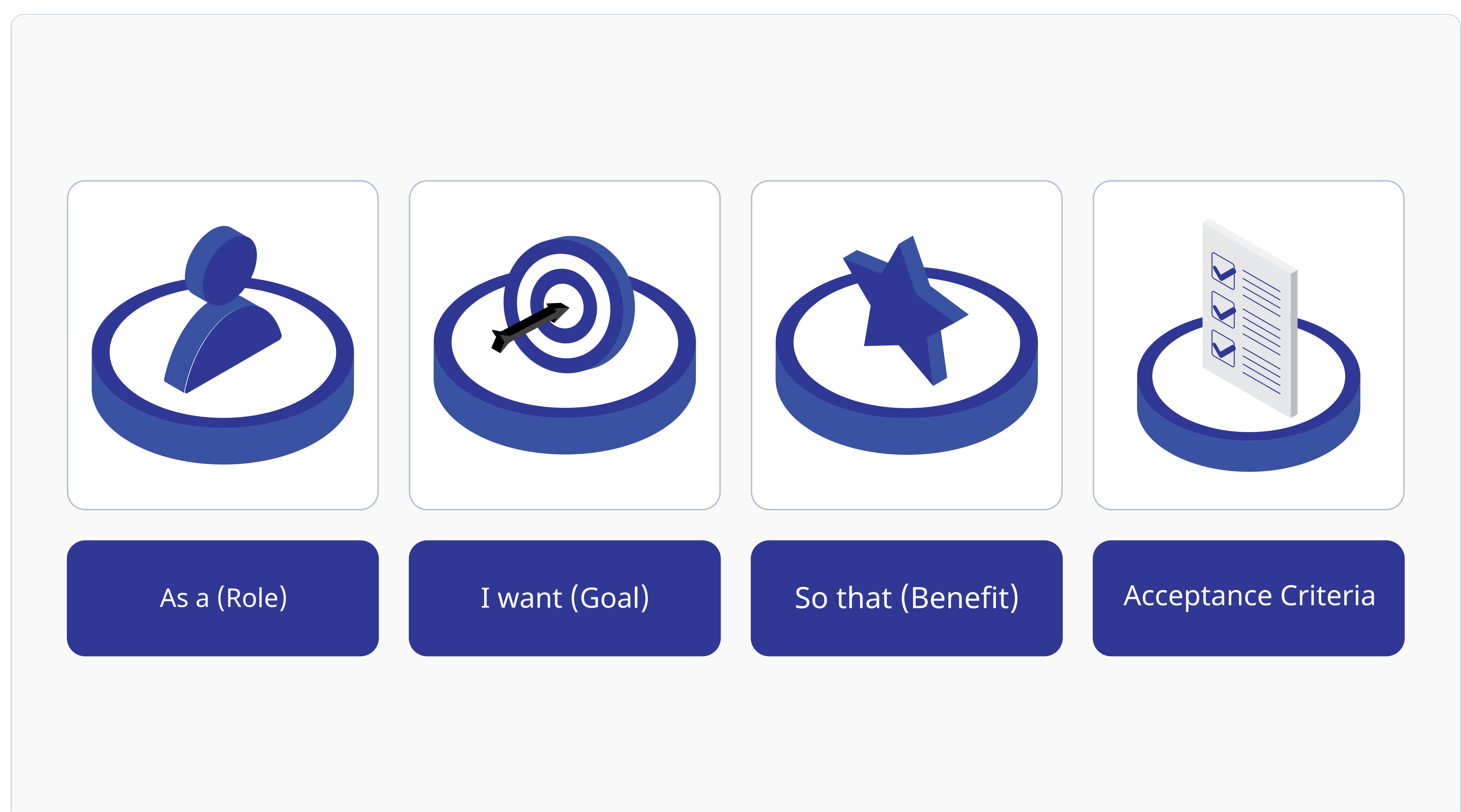
A user story is a short, simple description of a feature or functionality told from the perspective of the end user. It captures who the user is, what they want to do, and why, helping teams stay focused on user needs throughout the design and development process.

User stories typically follow the format: "As a (role), I want (goal), so that (benefit)," and are often paired with acceptance criteria to define when the story is considered complete.

قصة المستخدم

قصة المستخدم هي وصف قصير وبسيط لميزة أو وظيفة من وجهة نظر المستخدم النهائي. تُحدد مَنْ هو المستخدم، وما الذي يريد تحقيقه، ولماذا، مما يُساعد الفرق على التركيز على احتياجات المستخدم خلال مراحل التصميم والتطوير.

تتبع قصص المستخدم عادةً الصيغة: "بصفتي (دور)، أريد (هدف)، حتى (فائدة)"، وغالبًا ما تُقترن بمعايير قبول لتحديد متى تُعتبر القصة مُكتملة.

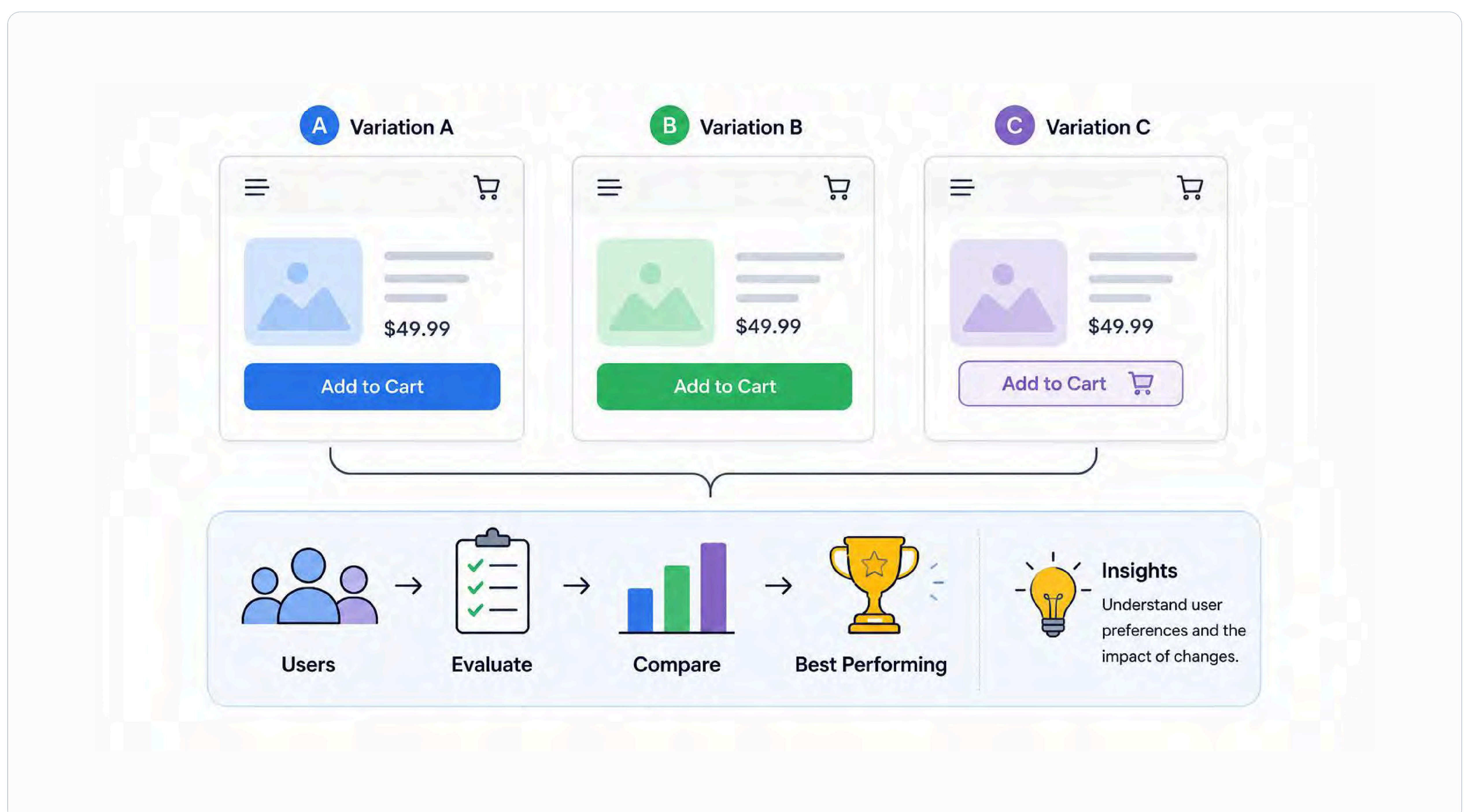


Variation Set

Variation set is a collection of different versions of a design or interface element grouped together for comparison and evaluation. It is used to test alternatives, understand user preferences, and analyze how changes impact user behavior and experience.

مجموعة البدائل

مجموعة البدائل هي مجموعة من النسخ المختلفة لتصميم أو عنصر واجهة يتم جمعها بهدف المقارنة والتقييم. تُستخدم لاختبار الخيارات المختلفة وفهم تفضيلات المستخدمين وتحليل تأثير التغييرات على سلوك المستخدم وتجربته.

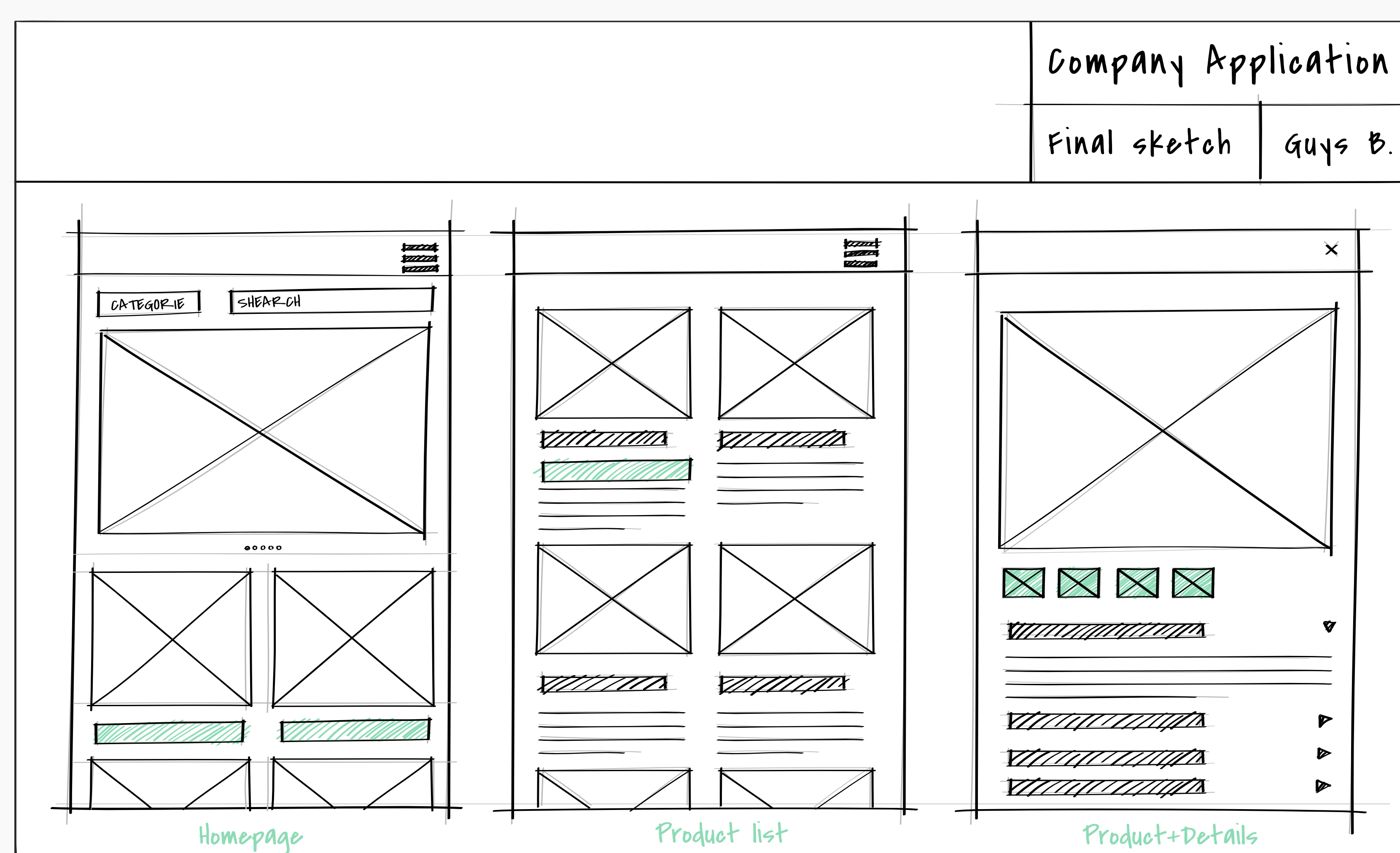


Wireframe

Wireframe is a simplified visual representation of a user interface that outlines the layout, structure, and content hierarchy without focusing on visual design details. It is used early in the design process to plan how elements are arranged and how users will interact with the product.

الإطار الهيكلي

الإطار الهيكلي هو تمثيل بصري مبسط لواجهة المستخدم يوضح التخطيط والبنية وترتيب المحتوى دون التركيز على التفاصيل البصرية مثل الألوان أو الهوية. يُستخدم في المراحل الأولى من التصميم لتحديد أماكن العناصر وكيفية تفاعل المستخدم مع المنتج.

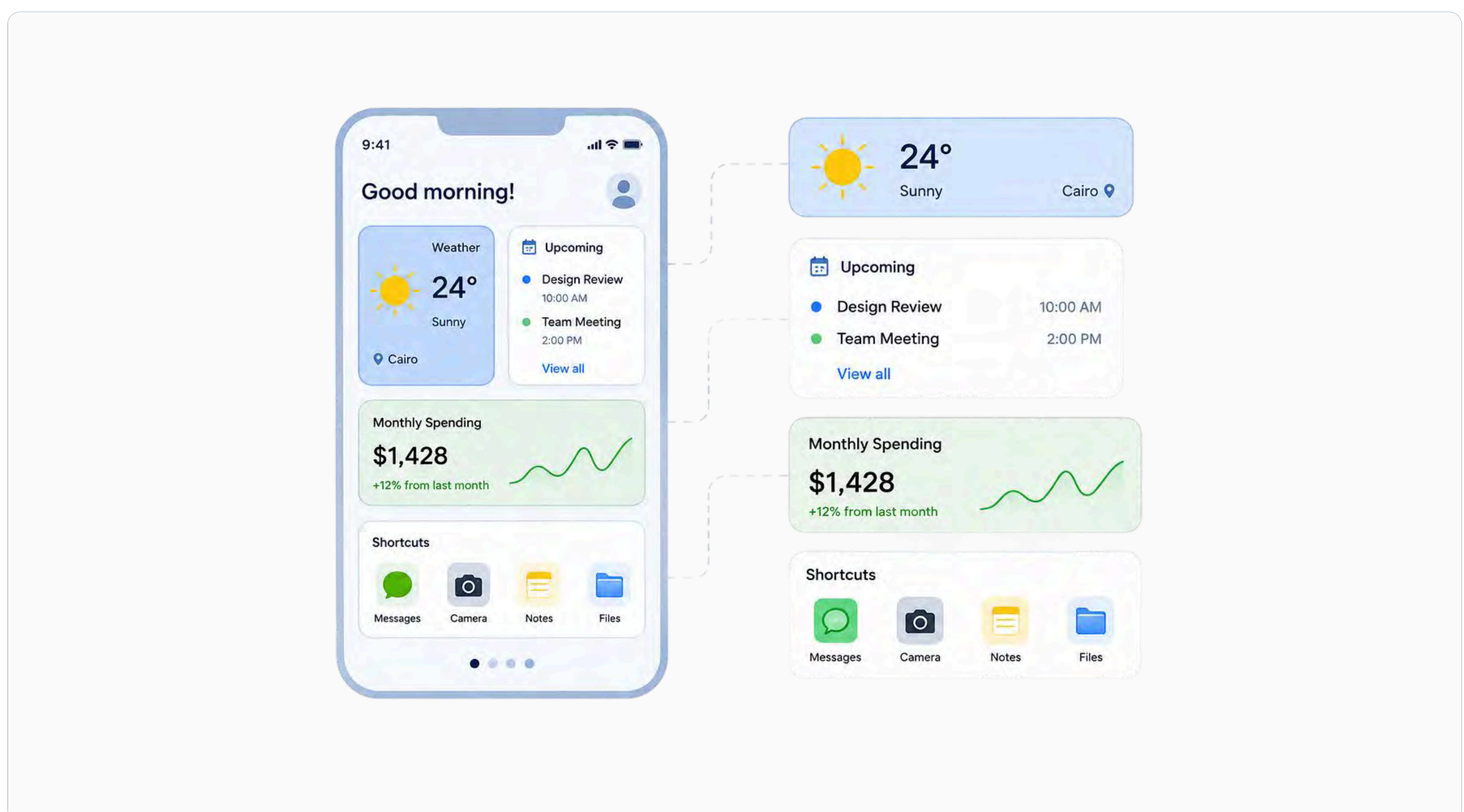


Widget

Widget is a small, self-contained user interface component that provides a specific function or displays focused information. It is designed to be easily accessible and quickly usable without requiring navigation through the full application.

عنصر واجهة مصفّر

عنصر واجهة مصفّر هو مكوّن صغير ومستقل داخل واجهة المستخدم يقدّم وظيفة محددة أو يعرض معلومات مركزة. يتميز بسهولة الوصول وسرعة الاستخدام دون الحاجة إلى التنقل داخل التطبيق بالكامل.



قاموس

مصمم

المنتجات

الرقمية