

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بنام خدا

تکنیک ها و ترفندهای

طراحی وب

مترجم:

مهندس علیرضا کوچالی

ویراستار فنی:

مهندس رامین مولاناپور

نوان قراردادی	: اسمشینگ (مجله)
عنوان و نام پدیدآور	: تکنیک‌ها و ترفندهای طراحی وب / [مجله اسمشینگ] ؛ مترجم علیرضا کوچالی ؛ ویراستار فنی: رامین مولاناپور .
مشخصات نشر	: تهران: آتی‌نگر، ۱۳۹۱
مشخصات ظاهری	: ۱۶۸ ص: مصور (بخشی رنگی)، جدول (بخشی رنگی)، نمودار (بخشی رنگی).
شابک	: ۸۲۰۰۰ ریال ۴۷-۶۰۰-۹۷۸-
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
بادداشت	: عنوان اصلی :: Professional web design : the best of Smashing magazine ..
بادداشت	: واژه‌نامه .
موضوع	: وب--سایتها--طراحی
موضوع	: وب--سایتها--توسعه
شناسه افزوده	: کوچالی، علیرضا، ۱۳۶۸، -، مترجم
شناسه افزوده	: مولاناپور، رامین، ۱۳۵۲، - ویراستار
TK ۵۱۰.۵/۸۸۸/۷ ۱۳۹۱	: رده بندی کنگره
۰۰۴/۶۷۸	: رده بندی دیوبی
۳۰۳۱۸۸۴	: شماره کتابشناسی ملی



انتشارات آتی‌نگر

عنوان: تکنیک‌ها و ترفندهای طراحی وب

مترجم: مهندس علیرضا کوچالی

ویراستار فنی: مهندس رامین مولاناپور

ویراستار ادبی: پویان فخرگرامی

صفحه‌آرایی و طراحی جلد: همتا بیداریان

ناشر: آتی‌نگر

تیراز: ۱۰۰۰

چاپ اول: ۱۳۹۱

قیمت: ۸۲,۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۷-۱

تلفن مرکز پخش: ۶۶۵۶۵۳۳۶-۸

آدرس: تهران- خیابان جمال‌زاده جنوبی- رو به روی کوچه رشتچی- پلاک ۱۴۴- واحد ۲

www.ati-negar.com

(هرگونه کپی و نسخه‌برداری از مطالب این کتاب ممنوع می‌باشد.)

فهرست مطالب

۱۱	مقدمه
فصل اول: حقایق ناگوار در مورد وبسایت شرکت‌ها	
۱۳	شما به یک گروه مجزا برای اداره وبسایت نیاز دارید
۱۵	مدیریت وبسایت شما یک کار تمام وقت است
۱۵	باز طراحی‌های دوره‌ای کافی نیستند
۱۶	وبسایت شما نمی‌تواند همه را جذب کند
۱۷	شما پول خود را در شبکه‌های اجتماعی هدر می‌دهید
۱۸	سراسر وبسایت شما نباید در مورد شما باشد
۱۸	شما از حداکثر توان تیم خود استفاده نمی‌کنید
۱۹	طراحی توسط شورا کشند است
۲۰	CMS شاه کلید نیست!
۲۱	شما محتوای زیادی بر روی سایت خود دارید!
۲۲	نتیجه‌گیری

فصل دوم: مطالعه طراحی نمونه کارهای موفق

۲۴	طراحی تیره در مقابل طراحی روشن
۲۴	چه تعداد ستون؟
۲۵	کادر معرفی در بالای صفحه؟
۲۶	تراز کردن لایه‌ها
۲۷	تراز کردن منوی پیمایش
۲۸	طراحی کادر جستجو
۲۸	عنصر Flash
۲۹	اطلاعات ارتباطی را در کجا قرار دهیم؟
۳۰	صفحه درباره ما
۳۰	صفحه مشتریان
۳۱	صفحه خدمات
۳۱	صفحه نمونه کارها
۳۲	صفحه گردش کار
۳۳	صفحه ارتباط با ما
۳۳	دیگر موارد
۳۳۴	دیگر یافته‌ها
۳۴	خلاصه

فصل سوم: چگونه یک نمونه کار موفق بسازیم

۳۷	دام ۱: مهم بودن
۳۸	دام ۲: اشباع اطلاعات
۳۸	دام ۳: دوباره کاری
۳۹	دام ۴: پیمایش غیرمعمول
۳۹	دام ۵: ظاهر به هم ریخته
۴۰	اصول طراحی یک نمونه تأثیرگذار
۴۰	اهداف و معیارهای خود را برای موفقیت تعریف کنید
۴۱	چند نمونه کار در نظر بگیرید
۴۲	بر بازارتان متمرکز باشید
۴۴	اولویت‌بندی کارها

۴۴	از فناوری صحیح استفاده کنید
۴۶	برای پژوهش خود نقشه بکشید
۴۶	حوزه و نوع کاری را که انجام می‌دهید، محدود کنید
۴۷	اطلاعات ارتباطی اسناد و توضیحات مناسبی را ارائه دهید
۴۸	کارهایتان را به عنوان عنصر اصلی اهداف خود ارائه دهید
۴۸	شخصیت خود را در طراحی القا کنید
۵۰	تبلیغ و بهره‌برداری از نمونه کار
۵۰	اهداف بلند مدت تعریف کنید

فصل چهارم: جلب رضایت مخاطب با روایت داستان

۵۱	با یک داستان آغاز شد
۵۳	قدرت احساسات
۵۵	اصول بنیادی روایت داستان برای جلب رضایت مخاطب
۵۵	تیم را گرد هم آورید
۵۶	دنبال کردن یک هدف کاربر محور
۵۷	تعریف کاربر
۵۸	فواید
۵۸	واقعیت: یک پایان شیرین
۵۹	چند راوی داستان امروزی
۵۹	Dorelle Robinowitz
۶۲	Christian Saylor
۶۴	Cindy Chastain
۶۵	نمونه‌های داستان‌سرایی در اطراف ما
۶۵	در بسته‌بندی: Apple
۶۶	در بازاریابی: عطر Six Scents
۶۶	در معماری: فروشگاه HBO
۶۷	در داده‌ها: Taxi 07: Roads Forward
۶۸	پایان شروع یک داستان جدید است

فصل پنجم: طراحی رابط کاربری برای طراحی برنامه‌های تحت وب

۶۹	وب‌سایتها در مقابل برنامه‌های تحت وب
۷۰	انواع مختلف برنامه‌های تحت وب
۷۱	ابتدا، کاربران خود را بشناسید
۷۱	چگونه کاربران را بشناسیم؟
۷۲	فرآیند طراحی
۷۳	ساخت یک طرح کلی
۷۴	نمونه اولیه
۷۴	آزمایش
۷۴	اصول طراحی
۷۵	هیچ کس غافلگیری را دوست ندارد
۷۶	کاربران باید بتوانند کارا باشند
۷۷	راهنما!
۷۷	ناتوانی در جلب رضایت
۷۸	اجزای ضروری در برنامه تحت وب
۷۸	فرم‌های تحت وب
۷۹	نماهای پرجزئیات
۷۹	داشبورد
۷۹	استفاده زیاد از جدول‌ها
۷۹	گزارش‌ها
۸۱	الگوهای طراحی رابط کاربری را فراموش نکنید
۸۱	مطالعه موردي برنامه‌ی بانکداري Online
۸۱	حروف آخر

فصل ششم: بهبود تدریجی و استانداردها طراحی وب را محدود نمی‌سازند

۸۴	فناوری‌های زیبای جدید در مقابل تجارب موفق گذشته
۸۴	یک آشفتگی به نام وب
۸۴	شهرت و جایی که آزو دارید در آینده باشید را بسازید
۸۵	هالیوود و تبلیغات به ما چیزی نمی‌آموزند
۸۶	نوآوری منحصر به استفاده از فناوری نیست

۸۶	نواوری در مورد اسباب بازی‌های جدید نیست؟
۸۷	یک شرکت حول محور نواوری و اثرات آن می‌چرخد
۸۸	سندرم استکهلم ناشی از رابط کاربری نامناسب
۸۸	مسئله در مورد فناوری و طراحی نیست
۸۹	زیبایی وب کجاست؟
۹۰	جمع‌بندی: مسائلهایی که با آن درگیریم.
۹۱	چرا استانداردها مهم هستند و پیروی از استانداردها به چه معناست؟
۹۲	وظایف بهبود تدریجی
۹۳	بهترین محصولات حاصل برنامه و تکرار چرخه بهبود است
۹۳	در کنار هم، می‌توانیم این کار را انجام دهیم

فصل هفتم: تئوری رنگ‌ها برای متخصصین طراحی

۹۶	رنگ‌های گرم
۹۷	قرمز (رنگ اصلی)
۹۸	نارنجی (رنگ فرعی)
۹۸	زرد (رنگ اصلی)
۹۹	رنگ‌های سرد
۹۹	سبز (رنگ فرعی)
۱۰۰	آبی (رنگ اصلی)
۱۰۱	بنفش (رنگ فرعی)
۱۰۱	رنگ‌های خنثی
۱۰۲	سیاه
۱۰۲	سفید
۱۰۳	خاکستری
۱۰۳	رنگ قهوه‌ای
۱۰۴	قهوه‌ای روشن (بژ) و زرد مایل به قهوه‌ای (TAN)
۱۰۵	کرم و استخوانی (Ivory)
۱۰۵	خلاصه
۱۰۶	انواع طیف‌های رنگی قراردادی
۱۰۷	طیف‌های تک رنگ (Monochromatic)

۱۰۷	طیف رنگ‌های مشابه (Analogous)
۱۰۹	طیف رنگ‌های مکمل (Complementary)
۱۰۹	طیف‌های رنگی مکمل تفکیک شده (Split Complementary)
۱۱۰	طیف‌های سه رنگی (Triadic)
۱۱۱	طیف رنگ‌های مکمل مضاعف (چهارتایی) (Tetradic)
۱۱۱	طیف رنگی شخصی
۱۱۲	ساخت یک طیف رنگی
۱۱۵	چرا سایه روشن و شدت رنگ مهم هستند
۱۱۵	اضافه کردن رنگ‌های خنثی
۱۱۶	ساده‌ترین طیف‌های رنگی
۱۱۸	از چه رنگ استفاده کنیم؟
۱۱۸	نتیجه‌گیری

فصل هشتم: آیا John، مشتری شما، احمق است یا شما در حق او کوتاهی کردید؟

۱۱۹	توضیح دهید که چرا در مورد پول می‌برسید
۱۲۰	توضیحات خود را به زبانی بدھید که John متوجه شود.
۱۲۰	John را در روند کاری خود دخیل کنید.
۱۲۱	طرح را برای John شرح دهید.
۱۲۲	برای John وظایفی را که در ادامه کار دارد شرح دهید.
۱۲۳	نتیجه اخلاقی این داستان

فصل نهم: چگونه مشتریان مختلف خود را بشناسید و با آن‌ها ارتباط برقرار کنید.

۱۲۶	مشتریان منفعل - مهاجم
۱۲۶	دوستان خانوادگی
۱۲۷	مشتریانی که به کار شما بها نمی‌دهند
۱۲۸	مشتریان ایرادگیر
۱۲۹	مشتریانی که با تحقیر تخفیف می‌گیرند.
۱۲۹	مشتریانی که فکر می‌کنند همه کار را انجام دهند.
۱۳۰	مشتریانی که در کنترل کردن وسواس دارند.
۱۳۱	مشتری رویایی

فصل دهم: چگونه به انتقادات طراحی به شکل مؤثر پاسخ دهیم؟

۱۳۵	نگرش صحیحی داشته باشد
۱۳۵	اهداف خود را شفاف کنید
۱۳۶	اولین واکنش خود را بررسی کنید
۱۳۷	گندم را ز کاه جدا کنید
۱۳۷	از آن یاد بگیرید
۱۳۸	به دنبال ایده‌های جدید بگردید
۱۳۸	وقتی لازم شد به عمق بیشتری بروید
۱۳۹	از منتقدین تشکر کنید

فصل یازدهم: راهنمای طراحان وب به سوی شبکه‌های ارتباطی تخصصی

۱۴۱	چرا شبکه؟
۱۴۲	مراجعین
۱۴۲	همکاری
۱۴۲	حل مشکلات
۱۴۳	فرصت‌های پیش رو
۱۴۳	به دیگران کمک کنید
۱۴۴	دوستی
۱۴۴	نکات فعالیت شبکه‌ای برای طراحان
۱۴۴	در دسترس باشد
۱۴۴	به دنبال سود دو طرفه باشد
۱۴۵	وبلاگ‌نویسی
۱۴۵	بر روی عمق روابط مرکز کنید
۱۴۵	بیش فعال باشد
۱۴۵	بدانید دنبال چه می‌گردید
۱۴۶	بدانید چه چیزی برای ارائه دارد
۱۴۶	شبکه غیرمستقیم
۱۴۷	صبر نکنید تا به چیزی احتیاج پیدا کنید

۱۴۷.....	هر وقت ممکن بود، کمک کنید.....
۱۴۷.....	از افراد استفاده نکنید.....
۱۴۷.....	نگذارید فعالیت‌های شبکه‌ای بر بازدهی شما تأثیر منفی بگذارد.....
۱۴۸.....	در مورد افراد زود قضاوت نکنید.....
۱۴۸.....	سعی نکنید همه جا Online باشید.....
۱۴۸.....	در مراسم شرکت کنید.....
۱۴۸.....	به فرصت‌های محلی اهمیت بدهید.....
فصل دوازدهم: مصاحبه گروهی: توصیه‌های متخصصین برای دانشجویان و طراحان وب جوان ۱۴۹	

مقدمه

مجله Smashing رشد بسیاری را در سال‌های اخیر داشته است. ما سخت کار کردیم تا یک وبلاگ کوچک را به یک انتشارات Online حرفه‌ای تبدیل کنیم که در آن مقالات فنی، به نوشته افراد متخصص موجود است. این مقالات توسط تیم ما به دقت ویرایش و آماده شده است و در دسترس عموم قرار گرفته است. ما کاملاً متوجه مسئولیت خودمان در قبال جامعه طراحان وب که در آن قرار داریم، هستیم و تمام تلاشمان را برای عمل به این وظایف به کار می‌بندیم تا نهایتاً باعث شویم که طراحان، به درک بهتری از حرفه‌ای بودن در صنعتمان برسند.

این کتاب یکی تلاش‌های بی‌ادعای ما برای پشتیبانی از جامعه طراحان است که در آن تجربیاتی ارزشمند، نکاتی تخصصی و نمونه‌هایی سودمند برای طراحان وب گرد هم آمده است. این کتاب شامل گلچینی از بهترین مقالات در مورد طراحی تخصصی وب می‌باشد که بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۰۹ در مجله Smashing منتشر شده است. مقاله‌ها با دقت تمام برای نسخه چاپی ویرایش و آماده شده‌اند.

این کتاب راهنمایی برای توسعه تخصصی وب است که در آن به مباحثی چون ارتباط با کاربر، ساخت نقشه راه برای رسیدن به یک نمونه کار موفق، قواعدی برای ساخت شبکه‌های حرفه‌ای و طراحی رابط کاربری برای برنامه‌های تجاری تحت وب اشاره شده است. همچنین این کتاب توصیه‌های افراد متخصص را به دانشجویان و طراحان وب جوان منتقل می‌کند و به شما کمک می‌کند تا یاد بگیرید چگونه بر چالش‌های طراحی به صورت کامل فائق آیید. در نهایت، این کتاب، در مورد جلب رضایت کاربران داستان‌هایی تعریف می‌کند و تئوری رنگ‌ها را به صورت حرفه‌ای به شما آموزش می‌دهد.

لطفاً نظرات و انتقادات خود را درباره این کتاب با ما در میان بگذارید. بابت اعتماد و پشتیبانی از ما در تمام این سال‌ها از شما تشکر می‌کنیم. این یک دنیا برای ما ارزش دارد.

تیم نویسنده‌گان

