第一图书网, tushu007.com

<<UCD火花集>>

图书基本信息

书名：<<UCD火花集>>

13位ISBN编号：9787115198365

10位ISBN编号：7115198365

出版时间：2009

出版时间：人民邮电出版社

作者：UCDChina

页数：196

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

网站做出来通常是给人用的，如果用的人不爽，鼠标一点，去了别处，这网站背后的一堆梦想都等于白日梦。
在互联网上。
要得到用户的青睐，很难，但要让用户离开，再简单不过。
做互联网，首先，你得提供一种有价值的服务，其次，你的服务得让人有使用的欲望，最后，你的服务得让人用着顺手，让人爱用。
并且常用。
用的人多了，你才有可能勾画出一个商业模式，进而实现盈利、上市、扩张等一连串的梦想。
互联网背后的逻辑。
其实就是这么简单。
但把用户体验这件事做好，却一点都不简单。
我有一次去拜访一家公司，在那个迷宫般的写字楼里，绕了好几圈，才找到公司的门。
写字楼有导航——楼层的平面图，但这个导航既没有告诉我当前位置，也没有标明我当前面对的方向，它挂在那里，似乎挺关注用户体验的，但实际上，它完全无用。
在互联网上。
同样有大量无用的设计，这些设计很难说它们是错的，但它们肯定不是用来满足用户需要的。
或者说，它们不是站在用户的角度去设计的。
有时候，这并不是设计师的错，在很多互联网公司中，设计师的角色只是负责网页美化和制作图片、按钮的，所以他们通常被称为。
美工”。
不像你买一个汉堡或一本杂志，你可以拿到一个有形状、有色彩、有分量的实体汉堡或杂志。
所谓互联网产品，其实只是一堆不懂情感、只会算计的代码。
用户通过与代码的反复互动，最终得到了那个抽象的产品的服务。
所以互联网的用户体验，实际上渗透在产品的设计、开发、运营、服务的整个过程中，一个互联网公司中的每个员工，都应该成为改善用户体验直接责任人。
让用户在与代码打交道的过程中，获得情感上的愉悦和满足，涉及的不仅仅是技术，也不仅仅是美术。
不同的用户身份、不同的民族、不同的年龄、不同的职业、不同的阅历、不同的使用预期，都可能导致对同一产品完全不同的用户体验。
这就让用户体验成为一种综合能力，它可能涉及社会学、心理学、工程学、统计学、生理学、传播学等不同的领域，并且随着互联网自身的发展，用户体验不但变得越来越重要，而且变得越来越复杂。
因此，我们需要有人对用户体验进行更专业的研究和实践。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《UCD火花集》收集了UCDChina上线以来推出的13个话题，内容涵盖了产品设计的全部流程。按顺序集结到第1章至第14章中，讨论了如何研究用户，如何将用户需求应用到产品设计中，如何传达和协作，以及设计规范。
在第15章中，几位设计师分享了他们生活中的UE故事。
第16章列举了一些实例和实践者的观点。
《UCD火花集》适合有一定工作经验，从事产品设计、产品策划、交互设计、视觉设计、用户研究、前端开发、网站运营以及所有与互联网相关的从业人员阅读。

<<UCD火花集>>

书籍目录

第1章 用户体验设计在团队中1UED——鱼缸里的水2潜性2无处不在2提供和支持2需要更新3一切为了“鱼”——包容性3接过用户的绣球3管理者不应直接参与产品的开发与设计4为什么会这样5设计团队必须为产品质量负责5时间先后并不代表工作的重要性，或者谁控制谁5其他6UED应该向产品负责，而不是向PM负责6UED不是保姆7如果PM是父母，那么UED应该是老师8UED不只是老师，UED应该向产品负责而不是PM9最后10主题讨论10第2章 用户调查和研究12我要如何了解“她”13贯穿整个产品生命周期的用户研究15定性分析和定量分析15开发期的用户研究16进入期和成长期的用户研究16成熟期的用户研究16衰退期的用户研究17其他17隐式挖掘网站用户行为17收集数据17过滤数据18习惯分析18实际案例18小结19角色设定——了解我们的用户19角色——谁是我们的用户19计划——为什么要了解我们的用户19目的——我们要了解用户什么19方法——用户中心设计(UCD)原则20用户研究需要全面且综合地了解及分析20第3章 期望值23用户期望的满足、超越和拒绝24满足期望24超越期望24拒绝期望24期望的变化25期望，别忘了动机25Flickr的理想与现实26产品的期望26用户的期望27设计的价值27期望值与需求的一点意见29用户的期望值产生于需求，而非体验29体验好的东西，并非是要都做的29产品满意度是相乘的关系30期望的产生30品牌信誉30先前的体验31第4章 产品概念设计和传达32补充几点关于概念设计33什么时候需要做概念设计33概念设计需要具备的几个基本技能33概念设计的解说方式34概念设计在整个项目流程中的作用35概念设计及交付物、评估和测试35谁来扮演这个角色35概念设计的目的36概念设计的交付物36评估和测试36可以模拟未来的设计师37概念设计的传达39如何进行39如何呈现39另外想到的40帮助你了解全局的城市地图40为什么要画40怎么画41用什么画41一些建议42第5章 人物角色设计43角色是用户的可视化界面44如何保持角色的活跃度46让人物角色站到你面前47角色设计概述47角色设计参考步骤48角色设计的几个小技巧49团队之间的角色分工49失败的角色设计50原有计划被打乱50定义不准确50没有使用好角色50小结51第6章 任务分解和情景设计52任务、任务点和目标53情节设计中的叙事策略54讲故事已经成为人类理解世界的一种方式54如何讲好一个故事55纸面分解任务的一个WAP实例56比“以PRD为唯一依据”更高效的产品设计方法58任务分解的基本原则和方式58如何统计要做哪些任务的分解58我的实践方法59有情景才有任务60以目标为导向60以真实为基础60几种产出61其他61主题讨论61第7章 构架更好的信息结构62良好的信息架构可以缩短互联网距离63物以类聚，人以群分(用户与用户)63把用户需要和想要的内容呈献给他(用户与内容)64用户至上(用户与官方)64问渠那得清如许，唯有源头活水来(内容与内容)65台前幕后(内容与管理员、管理员与管理员)66信息架构的减法66设计页面结构原型68利用卡片分类进行信息架构69在什么情况下可以用卡片分类70挺酷的，那我该怎么开始呢70收集到数据啦71马上试试，给我些建议吧71合理构建了信息结构，为何还去扰乱71这样构建信息结构71在设计实施的阶段，信息结构被谁扰乱了72会打乱信息架构的其他因素73怎么让大家坚信合理的信息结构73功能结构和页面结构的设计74功能结构的设计75页面结构的设计76主题讨论76第8章 交互设计做什么78交互设计需要什么样的需求79既生产品经理，何生交互设计师81游毅和他的智障女儿82交互在改变产品84第9章 注意界面上的文字86界面内容优化的层次87界面上的文字应该清楚而准确地向用户传达信息87界面上的文字应该便于用户阅读并快速理解其含义87整个产品不同位置的文字应该统一87界面上的文字应该具备该产品需要传达给用户的气质88文字的视觉设计应该完整地融入整个产品视觉中88尽量让文字自身起到“推销”产品的作用88如何制定文字语言规范89文字的减法90像聪明女孩穿衣服那样设计网页文字91全身搭配的主色不要超过三种92配饰风格要统一，相互呼应92细节决定成败93内容呈现建议十条94文字的辨识度与可读性95第10章 不得不说的网站导航97导航设计与信息架构98被狭义化的导航98Tab式导航的例子98导航不仅仅是Tab99小结99(100-1)%的内容是导航99页面中(100-1)%的内容是导航100导航并非越仔细越好100让复杂导航变简单100在路径层面上提供辅助导航101组织形式也会带给我们好的体验101鱼眼菜单给我的思考102认知的有限性和导航设计103把导航系统做薄103导航的流行趋势104借鉴传统软件工程的导航模式104没有“导航”的导航——搜索106社会化导航106别忘了导航106第11章 视觉设计不仅是美术109浅谈视觉设计的准确性110找对你的感觉110视觉结构和层级关系111是什么就是什么，图形达意尽量明确112明确你的视觉状态112请用准确的视觉来辅助信息反馈113科学与艺术兼顾的有效网页视觉设计113理性114感性与个性115视觉设计不只是图形116视觉设计师118信息可视化与视觉设计120一个例子121认知

心理学和图形设计121在Web设计上的应用122更多应用123从苹果电脑看视觉设计的深层审美文化心理124形式与功能的平衡124世界由“爱美的人”创造的125唯美的设计并没有拉近人与机器的距离125用户体验是复合体验126设计并不要求人与机器零距离126第12章 如何设计有效的帮助128帮助的乌托邦129为什么要帮助129帮助的真实含义129帮助的形式由什么决定130关于帮助的疑惑130帮助的乌托邦130帮助是什么131是否需要让用户“知其所以然”132对帮助的三点想法134强迫式帮助134首页是网站最大也是第一次帮助134优秀的内容(信息)是对用户最直接的引导和帮助134不要瞧不起“帮助页面”135你的用户需要什么样的帮助135第13章 产品评估和测试138ASKME，产品设计的评测139简单经济的可用性测试指南142时间142人143地点144产品上线后的用户访谈144准备工作145用户访谈145访谈记录145小结146开展全面的网站评估146第14章 设计规范148产品规范之道149规范的时机149规范的程度149规范的内容150规范的执行150规范没有规范150没有流程的时候151人少的时候151没有管理能力的时候151规范没有规范151设计规范有谱么152设计规范达不到预期效果的原因152设计规范最常见的错误153设计规范的本质是做好人的工作153优秀的设计规范要达到什么目的153以团队默契总结出规范154规范的建立之路154建立规范的目的是信息的有效传递154规范必须是细化的、可执行的155规范的建立是团队的作品155ASKME，关于界面规范156常见的界面应用规范有哪些156什么时候整理规范更合适156什么样的规范形式更适合网站产品157如何执行各类界面规范158如何使工程师重视界面规范158没有规范行不行159设计规范的理想159满足用户需要159满足协作需要160提高团队效率160第15章 我的UED故事161为何找错了地方162场景1：原来这个不是刷卡机162场景2：左边还是右边162场景3：顺手刷一下，竟然没刷上163记不住车牌的保安164设计师的“职业病”165与用户体验的这两年166我的UED故事：饮水思体验167用户习惯168新式改进168为何改进168好的地方169还需改进169从平面设计到UCD169善于表达和沟通170了解你的团队是做好设计的基础170认清楚谁是你的用户170你最好是个好战分子170懂得控制你的节奏，去繁取简171在提出问题的时候，你应该先有解决方案171停止抱怨171一个任性的设计师171第16章 实例分析174角色设计：地铁站自动购票终端角色175用户群与目标175构造人物角色175主要角色和次要角色176本例的一些局限177一个调查系统的任务分解实例177概述177设计178设计的“环境”因素179规矩是死的，人是活的179忽略“环境”会搞砸所有的好设计180少用或不用有歧义的颜色181大家一起来找茬：糟糕的网站体验181页面的不良设计181糟糕的人机交互184注册与登录的烦恼185功能使用上的疑惑186几点闪光187出错，也能莞尔一笑187等待的乐趣188小力气，大作用188不只是模仿189细节的力量190这些设计，让网站似个彬彬有礼的绅士190礼貌的网站对我感兴趣，并且主动提供帮助190礼貌的网站尊重我191礼貌的网站会积极反馈192礼貌的网站会解决自己的问题192礼貌的网站灵活应变193礼貌的网站让人信任193优秀设计所绽放的魅力194最浪漫的问好194最搞怪的休站页面194最贴心的图像处理195最淘气的节日祝福196FlickrLovesYou196

章节摘录

插图：我对于第一条的理解，是基于我之前的“以任务为中心”的方法．如果在任务中不需要出现．但用户又“随时”需要的页面，就应该加到导航中去。
从这个意义上来讲，导航所反映的是各个相对独立的功能模块。
比如内容的“分类”、“搜索”和“管理”。
如果有些功能在任务流中本来就有．就没有必要加到导航中．比如“登录”。
通过这样一系列。
相互制约”。
我们至少可以知道，-个页面上必须要具备哪些信息才不会影响用户完成他们的目标，至于“相关信息”（相关的新闻、相关的活动等），我们现在也可以在设计时把握好尺度了。
想想看，-个正在查找东四环外新交付的房屋的用户．是不会反感在搜索结果下方看到“四惠东×××家园正在热售”广告的，但是那些类似。
英语学习革命”之类的东西就应该坚决制止，你用于说服同事的依据．便来自以上的那些方法。
网站其实是一种特殊的信息组织系统，其特殊在于．信息架构需要人机对话做中转。
早在全球首个网站问世的前20年，信息架构的概念就已经提了出来。
所以．在网站产品设计中所提到的信息架构。
只是设计执行理念，而“网站架构”才是此理念支持的技术落卖方法。

媒体关注与评论

这是一本可以打上“2．0”标签的书。
作者群庞大。
内容涵盖了用户研究和体验设计的各个方面。
对于体验设计从业者和有志于此的人士是一本很好的参考书。
国内不同行业发展状态不同。
对用户体验的重视程度也不同，但我相信：只要竞争充分，假以时日，大部分企业会走上重视用户体验之路。
用户体验从业者以改罄人类生活品质为己任，必将大有作为。
——腾讯用户研究与体验设计中心经理　唐沐在产品同质化倾向越来越强的时代。
客户的忠诚度已经越来越重要．建立和维护客户关系成为取得竞争优势的关健。
本书在如何走近客户，关注用户对产品的体验等方面进行了很好的探索。
我相信它一定会为这个行业中的设计师和想要进入这个行业的年轻人带来启迪。
淘宝网设计总监麻长炜（二当家）关注“用户体验设计”，更关注UCDChina。
这里聚集了一些为产品设计呐喊的人，人平凡但语不平凡。
——支付宝设计总监盛　一飞（蓬莱大仙）如果您想了解当前中国用户体验设计的最专业、最权威的思考精华，必读此书。
——百度前用户体验设计总监　郭宇

编辑推荐

UCDChina是一个用户体验和产品设计行业的综合社区，我们从一个粗糙的群体博客开始，慢慢走向开放、更开放！
为了能与大家更好地分享、交流我们的一些心得和体会，我们将UCDChlna成立以来的部分精华文章集结成册，希望《UCD火花集》能够为推动国内UCD的发展做出一点贡献。
UI（User Interface，用户界面）的概念早已在国内互联网圈子里流行开来．随着对UI的深入研究，更多的概念不断地被挖掘出来：易用性、可用性、用户研究、交互设计（Interaclion DesIgn）、概念设计、用户体验（User ExpelIence）……而在对这些方法论、思潮的学习和应用中，概念越来越多，疑问也越来越多。
大家渐渐发现，我们走上了“ 弯路 ”，过多过早地陷入到问题的细节。
而解决这些问题的根本就是遵循以用户为中心的设计（UCD）思想。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com