

《贴心设计》

图书基本信息

书名：《贴心设计》

13位ISBN编号：9787115318794

10位ISBN编号：7115318794

出版时间：2013-6

出版社：人民邮电出版社

作者：[美] Jakob Nielsen, Raluca Budiu

页数：168

译者：牛化成

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《贴心设计》

内容概要

如何才能为今天的智能手机和平板电脑用户设计出最棒的网站和应用？如何在受到限制的小型设备上创造出让人满意的用户体验？

本书提供了至关重要的洞见，帮助你制定移动战略，针对小屏幕进行设计和写作。围绕着移动设备（主要是智能手机和触屏手机）上的可用性，本书先后讨论了企业的移动战略、针对小屏幕的设计、移动应用的写作、可用性对比等主题，最后还对移动可用性的未来进行了展望。书中列举了许多知名网站和应用作为实例，剖析了其缺陷，指出了改善的方法，并配备了200多张全彩界面图加以详细说明。第一作者Nielsen被誉为“Web可用性之王”，是该领域首屈一指的权威人物。书中的结论基于作者的可用性咨询公司多年来所做的一系列专家评议和国际调研，来自于真正的用户实践，经得起时间的检验。理解本书提出的设计原则，定会帮助设计师、软件开发者、文案编写者、编辑、产品经理和广告主理解该如何为客户制作移动网站和应用，以及如何顺应移动应用的未来趋势来改善用户体验。

作者简介

Jakob Nielsen

尼尔森-诺曼集团的联合创始人。发起了“简化可用性工程”（discount usability engineering）运动，强调用一些快速而有效的方法提升用户界面的质量。被《美国新闻和世界报道》杂志誉为“在Web可用性领域的世界杰出专家”，《今日美国》则称赞他洞悉过去和未来的能力“堪比时间机器”。他是众多畅销书的作者，作品包括Prioritizing Web Usability、Designing Web Usability、《用眼动追踪提升网站可用性》等。

Raluca Budiu

尼尔森-诺曼集团的用户体验专家。从事可用性研究，为各个行业的客户提供咨询，并提供移动可用性、触摸设备可用性、设计师认知心理学和人机交互原则等方面的辅导培训。她为集团撰写了许多可用性研究报告，并发表了不少人机交互主题的文章。

译者简介：

牛化成

2004年毕业于浙江工商大学广告学专业，文学学士。2000年开始制作网站，对各种Web前后端技术有深入了解。一直关注互联网各种前沿领域，并长期追踪传播学、心理学、神经科学和视觉设计等方面的最新成果。自由职业者，目前正在设计开发一个面向未来的新型网站。

书籍目录

目录	
第1章 我们的研究	1
1.1 日记式调研	2
1.2 可用性测试	3
1.3 用户定性研究	4
第2章 移动战略	7
2.1 不同类型移动设备的可用性各异	12
2.2 移动网站与完整版网站	14
2.2.1 移动优化的网站	16
2.2.2 为什么完整版网站不适合移动使用	17
2.2.3 移动端比桌面端要求更严格	20
2.2.4 响应式设计	21
2.2.5 可用性原则很少非黑即白	25
2.3 移动网站还是应用：战略变化即将到来	27
2.3.1 当前移动战略：应用最佳	27
2.3.2 未来移动战略：网站最佳	28
2.3.3 战略何时发生转变	32
2.4 移动应用	32
2.5 半速前进，但希望就在前方	35
第3章 为小屏幕设计	37
3.1 被浪费的移动空间	39
3.1.1 Chrome	43
3.1.2 重载命令与通用命令	49
3.1.3 案例研究：为移动使用优化屏幕	52
3.2 移动输入	59
3.3 下载时间	61
3.4 必须避免过早提出注册要求	63
3.5 案例研究：《华尔街日报》的移动应用	68
3.5.1 让人困惑的初始页面	68
3.5.2 给品牌蒙羞	70
3.5.3 一种更好的设计	71
3.5.4 一种新的《华尔街日报》应用工作流程	72
3.5.5 一年后的新版有进步	73
第4章 移动写作	77
4.1 移动内容的难度翻倍	78
4.2 有疑虑，就别放进去	83
4.2.1 填料 = 垃圾	83
4.2.2 老词汇是最好的	85
4.2.3 如何处理移动内容里的署名	87
4.3 将次级信息移至次级页面	89
4.3.1 范例1：移动优惠券	89
4.3.2 范例2：维基百科里的渐进式暴露	91
4.3.3 推迟信息显示 = 初始信息 + 阅读更多	92
4.4 迷你信息架构：设计内容的架构	95
4.4.1 线性分页通常不可取	95
4.4.2 避免按字母顺序排列	96
4.4.3 范例：关联使用习惯的结构	98

4.4.4 由使用习惯驱动的结构	100
第5章 平板电脑和电子书阅读器	101
5.1 iPad 的可用性	102
5.1.1 平板电脑是多人共用的设备	106
5.1.2 人们用iPad 做些什么	106
5.1.3 iPad 设计面临的三重威胁	107
5.1.4 不一致的交互设计	114
5.1.5 模拟印刷品	118
5.1.6 卡片大亨与神圣的卷轴师	120
5.1.7 快速滑动歧义	123
5.1.8 导航过多	124
5.1.9 欢迎页面和启动声音	129
5.1.10 屏幕显示方向	129
5.1.11 为了更好的iPad 用户体验	131
5.2 Kindle 可用性	132
5.2.1 Kindle : 电子书阅读器	132
5.2.2 Kindle Fire 可用性	135
第6章 展望未来	141
6.1 为三类屏幕进行跨媒体设计	142
6.1.1 PC 仍将很重要	142
6.1.2 第三类屏幕 : 电视	143
6.1.3 跨媒体用户体验	143
6.2 超越平面世界	145
6.3 未来人人都是哈利·波特	147
6.3.1 下一代魔法	147
6.3.2 不要伤害麻瓜	148
附录 A 一小段历史	149

《贴心设计》

编辑推荐

《贴心设计：打造高可用性的移动产品》编辑推荐：《贴心设计：打造高可用性的移动产品》重点关注移动设备（主要是智能手机和触屏手机）上的可用性，还涵盖了构建移动战略、为小屏幕设计、移动写作、可用性对比和展望未来等主题。书中内含228张高清全彩图片以表明观点。这本指南基于专家评议和多项国际调研，展现了移动世界的全貌。参与者从学生到早期技术使用者不等，还有用各种移动设备访问网站的商务人士。

精彩短评

- 1、当然“把有重要价值的内容和操作项目塞进小小的空间里”也是一种罪过，总之，为小屏幕设计，不要忘了“优化”与“贴心”。P60的建议就很贴心。
- 2、设计原则的实例
- 3、书不错，可惜很多地方翻译有点生硬。。。
- 4、比较常识
- 5、这书我给10分！
- 6、内容很新，而且理论与实际例子相得益彰
- 7、对于初学者受益匪浅~
- 8、读过《移动设计》和《简约至上》再读这个，只能坚持前三章，之后的翻过去了。一是内容太老了，完全不敢相信是2013年的书；二是太啰嗦；三是内容前两部书都有
- 9、以实际案例为基础描述产品设计方法，整书结构略有些松散，对于一些问题的研究深度和广度一般；书中抛出的一些理论观点很不错，如“信息觅食理论”。
- 10、艰涩的翻译.....
- 11、非常不错的交互设计书籍，作者的各种结论都是通过数据调研得出的，很有价值。
- 12、内容还行，翻译一般。
- 13、前后穿越的介绍了互联网产生以来的移动产品可用性，薄薄的书，内容比较简单，有些经典的可用性法则在里面。一天读完做了些笔记。
- 14、不错的书 有各种示例 浅显易懂 而且不长
- 15、操作一致性；避免误操作；重要和次要信息分别显示。目的比花哨更重要。核心 移动，更碎片化，更要求简洁。比如pc以后越来越多承担高价值活动，股票交易，购买。然后游戏娱乐八卦体育新闻，那些好奇心打发时间，很适合移动端
- 16、所有依赖用户贡献内容或构建服务的大型多用户社区和在线社交网站大都遵循90-9-1法则，其中1指的是仅1%用户会积极地参与并作出大量贡献，仿佛没有个人生活似的，往往在事件发生几分钟后就跟帖评论
- 17、屌丝还是看图学习进步比较快~
- 18、入门时读的，当时感觉很不错。
- 19、里面的理论看似简单却很深刻。。。
- 20、这烂翻译，简直没法看

1、贴心设计-打造高可用性的移动产品是一本可读性非常高的书籍，互联网行业日新月异，但是这本出版于2年前的经典的书籍对于用户体验和交互设计还处于小白的我，是一本非常棒的入门书。特意做了书摘来整理我认为书中的精华部分。重要的事情说三遍：欢迎页面无论在哪个终端都是差劲的设计选择欢迎页面无论在哪个终端都是差劲的设计选择欢迎页面无论在哪个终端都是差劲的设计选择简洁为王移动端设计与桌面端设计，总的原则是一致的：减少次要信息。两者的区别在于程度不同，即某些信息对桌面端来说可以接受，但在移动网站或应用中就应将其移至二级页面或干脆删除，比简洁更简洁。导航设计网站的设计要简单的的导航，避免层级过深的导航，对移动端而言，空间的限制使得避免用户迷路成为更重要的任务。你应该减少导航选项，为此可以不惜放弃上下文的完整性。为移动设备设计时，需要权衡以下两点：(a) 让内容和导航足够醒目，这样人们不用太费劲能找到；(b) 为小屏幕和缓慢的下载速度设计。这两点就解释了为什么几乎所有的设计决策都须根据目标网站的特点作出，适合一个网站的方式不一定适合其他网站。信息密度越高就意味着所需导航次数越少，并且越有可能看见所需信息。（作者批评了iBook默认显示书架而不是列表的设计，因为列表形式能提高信息密度，减少用户查询成本）渐进式暴露原则与信息气味理论渐进式暴露可以改善可学习性、提高使用效率并降低错误率。你可能会这样假定：从一开始就将用户的注意力集中于一小部分核心功能，可能会让他们在脑子里对这一系统的认识简单化，从而不能完全了解自己手中的所有选项。研究表明，这一担忧是毫无根据的，如果你帮助人们理清了一个系统中各种功能的主次关系，让他们能花更多的时间在最重要的功能上他们就会更好地理解这一系统信息气味理论设计原则确保链接和分类描述清楚地告诉用户他们会在目的地找到什么。当用户面临多个导航选项时，最好能让他们清楚分辨出除了某条路径有猎物外，其他所有的路径都没什么可吃的。因此，不要使用自造词或你自己的口号作为导航选项，因为它们不带有珍贵猎物的气味。平实的语言最具有搜索引擎可见性：搜索是一种将用户脑子里的词汇与网站中词汇进行字面比较的过程。另外，当用户深入网站后，每一张网页都应清楚地指出用户仍然处在通往食物的路径上。换句话说，要提供关于当前位置的信息反馈，以及它是如何关系到用户任务的。移动端文本输入问题移动设备最大的问题是文本信息输入问题，虚拟键盘输入的困难，和信息填写错误带来的巨大风险，会使得用户放弃对产品的信心。尽可能以下列方式帮助用户填写表单。让他们使用缩写，提供可感知的默认值或精心选择的输入提示（基于用户历史），或者允许他们用摄像头、GPS或语音进行输入只要有可能就自动计算出信息。比如，根据美国邮政编码自动计算出州名。不要请用户分别输入信用卡类别和号码，而应根据号码自动计算出类别。对剪切和粘贴提供支持。不是所有人都知道如何剪切和粘贴，但提供这些支持会方便那些知道的人。自动生成已知的值。如果用户已经登录，不要在他们进行购买时让其重新输入电子邮箱和地址。不要第一步就注册移动应用的最重要原则之一就是要避免让用户在第一步就进行注册。在测试中我们见到过无数这样的应用：还未能证明自身起码的价值，就要求用户进行注册。这样做是错误的。请记住，用户在一开始对你的应用的投入程度很低。除非你的应用确实非常棒，能提供巨大的价值，否则人们不会频繁地使用它，更不会觉得值得注册。最初的用户体验应当吸引人，让他们参与其中，而不是向他们提出要求。在第一次启动时，应用尚未证明自身的价值，也没有获得用户信任。我们的建议是：1.不要在首次启动时要求获得权限，除非该应用无此权限完全无法工作2.要求获得权限时，一定要向用户解释为什么你需要当前的位置信息或会发送包含哪些内容的通知3.避免让用户阅读冗长的教程或用户手册。用户的理解能力和屏幕大小成反比屏幕变小会降低理解水平，这有以下两个原因。用户在任何给定时刻都只能看到更少的内容。因此，当他们试图理解在可视区域里未被完全解释的事物时，就必须依赖高度易错的记忆力。更少的上下文意味着更低的理解度。用户必须在页面中更多地进行移动。他们不容易扫视整个文本，而需要滚动页面以找到内容的其他相关部分。页面滚动会带来以下3个问题。它需要更多时间，因此会降低记忆力。它将注意力从手头的问题转移到了寻找页面内所需部分这一次级任务上。它导致了新问题的出现，即需要重新找到之前的页面位置。打发时间是移动应用的杀手锏移动用户都很忙，用户想让自己的成本/收益比最高。也就是说，人们想以最少的交互成本获得最多的乐趣。打发时间经常由设备驱动而非由用户驱动，用户可能只有一个总的目标，例如阅读新闻或浏览杂志，因而对设备提供的任何内容都会愉快地接受。不过，即使是打发时间，人们使用手机和平板电脑的方式也有着细微的区别。智能手机的使用过程比iPad更短暂，更碎片化。在智能手机上，用户可能会找一篇文章来快速阅读以打发等候火车的3分钟时间。而一旦上了火车，他们可能就会拿

注，也就是说，对他们有什么好处？）可以依照重要程度或者使用频率来对长列表进行优先级排序，不应该默认使用不太好用的字母顺序排序法。第5章 平板电脑和电子书阅读器iPad中存在一种阅读和触控间的非对称性，即满足阅读要求的足够大的文字对于触控而言还是太小。图像是iPad的一个优势。iPad设计面临的三重威胁：功能不易发现，手势不易记忆，意外触发。模拟印刷品的顺序导航是一种来自印刷品时代却在电子媒介里毫无意义的做法。在数字环境中，“下一篇文章”这种顺序概念经常是人为强加和约束用户的。人们宁愿从一张包含相关内容的菜单里选择自己想去哪里。图像毫无意义——再漂亮的泡沫也还是泡沫。欢迎页面不适合网站，也不适合应用，所以别用它们。强烈建议不要使用启动声音。用户在启动一款应用时不会预料到能听见声音，而且他们经常身处不适合发出声音的场合。页面滑块是一种少见的毫无用处的导航工具，它不提供可用内容的预览，而且要求用户的手指运动精确到像素级。虽然这个小工具在测试里完全没有帮上用户的忙，但一些用户却说他们喜欢这个东西。这个绝佳的例子再一次说明你不应该听用户说些什么，而应该观察他们做些什么。人们深深迷失于这些杂志之中，任何一点导航帮助都像是一根救命稻草，哪怕它的用处其实并不大。用户不是设计师，他们不知道还有其他很多导航功能可以代替现有的。第6章 展望未来没有一种新媒体曾让老媒体彻底退出市场。虽然许多任务会从桌面端转移到手机和平板电脑上，但是很大一部分仍然会留在桌面端。想要估算每一类设备能分到其中的几个百分点是一个困难的任务，但我们相当肯定，大多数的高价值任务几乎都会留在桌面端。因此，设备之间的价值分配比重更倾向于PC，而时间分配比重则越来越流向平板电脑和手机。我们在跨媒体可用性领域的经验还不足以提供一张详尽的原则列表，来帮助你实现各平台相互衔接的UX。但是，我们知道在以下4个问题上作出正确的决定至关重要：视觉连续性，功能连续性，数据连续性，内容连续性。总结一下，跨平台UI应该是不同但相似的。目录其实就是要点~复制过来备忘

第1章 我们的研究 11.1 日记式调研 21.2 可用性测试 31.3 用户定性研究 4

第2章 移动战略 72.1 不同类型移动设备的可用性各异 122.2 移动网站与完整版网站 142.2.1 移动优化的网站 162.2.2 为什么完整版网站不适合移动使用 172.2.3 移动端比桌面端要求更严格 202.2.4 响应式设计 212.2.5 可用性原则很少非黑即白 252.3 移动网站还是应用：战略变化即将到来 272.3.1 当前移动战略：应用最佳 272.3.2 未来移动战略：网站最佳 282.3.3 战略何时发生转变 322.4 移动应用 322.5 半速前进，但希望就在前方 35

第3章 为小屏幕设计 373.1 被浪费的移动空间 393.1.1 Chrome 433.1.2 重载命令与通用命令 493.1.3 案例研究：为移动使用优化屏幕 523.2 移动输入 593.3 下载时间 613.4 必须避免过早提出注册要求 633.5 案例研究：《华尔街日报》的移动应用 683.5.1 让人困惑的初始页面 683.5.2 给品牌蒙羞 703.5.3 一种更好的设计 713.5.4 一种新的《华尔街日报》应用工作流程 723.5.5 一年后的新版有进步 73

第4章 移动写作 774.1 移动内容的难度翻倍 784.2 有疑虑，就别放进去 834.2.1 填料=垃圾 834.2.2 老词汇是最好的 854.2.3 如何处理移动内容里的署名 874.3 将次级信息移至次级页面 894.3.1 范例1：移动优惠券 894.3.2 范例2：维基百科里的渐进式暴露 914.3.3 推迟信息显示 = 初始信息 + 阅读更多 924.4 迷你信息架构：设计内容的架构 954.4.1 线性分页通常不可取 954.4.2 避免按字母顺序排列 964.4.3 范例：关联使用习惯的结构 984.4.4 由使用习惯驱动的结构 100

第5章 平板电脑和电子书阅读器 1015.1 iPad的可用性 1025.1.1 平板电脑是多人共用的设备 1065.1.2 人们用iPad做些什么 1065.1.3 iPad设计面临的三重威胁 1075.1.4 不一致的交互设计 1145.1.5 模拟印刷品 1185.1.6 卡片大亨与神圣的卷轴师 1205.1.7 快速滑动歧义 1235.1.8 导航过多 1245.1.9 欢迎页面和启动声音 1295.1.10 屏幕显示方向 1295.1.11 为了更好的iPad用户体验 1315.2 Kindle 可用性 1325.2.1 Kindle：电子书阅读器 1325.2.2 Kindle Fire 可用性 135

第6章 展望未来 1416.1 为三类屏幕进行跨媒体设计 1426.1.1 PC 仍将很重要 1426.1.2 第三类屏幕：电视 1436.1.3 跨媒体用户体验 1436.2 超越平面世界 1456.3 未来人人都是哈利·波特 1476.3.1 下一代魔法 1476.3.2 不要伤害麻瓜 148

附录 A 一小段历史 149

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：www.tushu000.com