

# 《用户体验方法论》

## 图书基本信息

书名：《用户体验方法论》

13位ISBN编号：9787508657462

出版时间：2016-1-1

作者：[美]卢克·米勒

译者：王雪鸽,田士毅

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](http://www.tushu000.com)

# 《用户体验方法论》

## 内容概要

周鸿祎\*\*亲笔作序推荐的用户体验指南，极力推荐360集团产品经理内部传阅；

用户体验设计的入门级作品，《华尔街日报》、雅虎财经用户体验设计师诚意之作，\*懂用户体验的人分享用户体验设计秘笈；

不光是IT界的产品经理需要懂用户体验，任何行业都离不开用户体验。尽管人们喜欢用“用户体验”去吐槽一个产品，但是他们却很难具体地告诉你什么是好的或者差的用户体验。就好像不懂艺术的人在评价一个艺术作品时也只能用“好”、“我很喜欢”、“不好看”这样的词汇。人人都在谈论用户体验，却很少有人真正懂得用户体验。

这不是一本IT技术类图书，书中没有晦涩的代码；

这不是一本提供答案的书，这本书提供的是有价值的问题：什么是用户体验？用户体验的基本原则是什么？如何捕捉用户的“痛点”？

这是一本为产品经理量身打造的指导书。

你可能是一家创业公司的用户体验领域的新手，也可能是一个正在组建用户体验团队的管理人员，或者你是一个碰巧进入这个领域的设计师，无论你是卖汉堡、建网站，还是管理航空公司，无论你的工作简单还是复杂，决定成败的因素只有一个：用户体验。

这是一本来源于实战的书。

《华尔街日报》移动版和雅虎财经频道的用户体验设计师卢克·米勒用自己近10年的实战经验，从专业的视角用生动活泼的语言提炼了提升用户体验的5大黄金法则。从获得灵感到创设原型，本书对用户体验设计的各个阶段都有涉及，集案例分析、应用研究、个人经验于一身，为产品经理提供了各种实用的工具和实操的方法。

超预期用户体验5要素：

易学（Learnability）：\*\*次使用某个功能时，用户能否很容易完成基本任务？

高效（Efficiency）：一旦用户学会了这个功能，他们能否很快完成任务？

易记（Memorability）：若有一段时间不使用程序了，再重新使用时，用户能否很快恢复到原来的使用水平？

纠错力（Errors）：使用某个功能时，用户会犯多少错误？他们能否快速地纠正错误？

愉悦度（Satisfaction）：使用这个功能时，用户的愉快程度如何？

# 《用户体验方法论》

## 作者简介

卢克·米勒 (Luke Miller)

享誉国际的用户体验设计师和研究员，被媒体成为“\*懂用户体验的人”。先后担任《华尔街日报》和新雅虎移动产品部用户体验设计师。2013年，与他人共同创建了“Tumbleweed”，为全球用户体验设计师提供培训和指导服务。

## 书籍目录

目录

周鸿祎推荐序

什么是好的用户体验

自序

引言

\*\*章

通过用户的眼睛去观察

你不是在为自己做设计

为需求而设计

当“拉动更新”不够自然时

究竟什么是用户体验？

定义用户类型

倾听他人建议

发放问卷

为核心用户的需求而设计

重视用户的目标

珍惜用户时间

司空见惯也没什么不好

让用户在施为体验中学习

第二章

创意爱上限制

去除中间人

不做与系统不匹配的设计，要有创造性地利用系统

新系统一锅烩

大胆借鉴

掌握数据并清楚如何使用

现实增强

本地还是网络

两难的选择

网络相对于应用程序的益处

不要墨守成规

第三章

界面设计是数字产品的表情

好故事是怎么造就的？

讲故事是别人的事？

你的故事是什么类型？

让故事引领设计的每个环节

不要打破故事魔咒

故事不仅仅是图形设计

绘制草图和设计故事脚本

弄清楚用户去哪儿、什么时候

从绘制迷你快捷脏框架开始

让设计动起来

股东与第六根手指

一图胜千言，但语言依然重要

如何告诉用户他们出错了？

第四章

# 《用户体验方法论》

不要为创新而创新

简化

不要只因为你做得到就加入创新功能

商业目的会使得用户体验创新失色

一个更小的用户群会使创新更简单

高级用户是行家

有时请求原谅比请求允许更好

去测试，不要猜

多测试，早测试

现实世界中的测试

“走廊里”测试

清楚你的优先级

用户反馈解读

测试同业产品

数据采掘

发布，修复，再发布

第五章

优秀用户体验设计源于开放性思维

你不是用户体验的拥有者

合作共赢

视觉设计师仅仅是像素控吗？

开发者是媒体大师

我现在就要我的产品

每个人都能做一些用户体验设计

灵感处处有

不要讲，要演示

不断进化的用户体验设计

# 《用户体验方法论》

精彩短评

# 《用户体验方法论》

## 精彩书评

- 1、整本书还是围绕用户体验设计的流程，结合作者的经验，深入浅出地讨论了用户体验设计的要素，翻译虽不完美，但是还是比较流畅，没有生硬的翻译腔，不影响理解，给四星。
- 2、“听过很多大道理，仍然过不好这一生”，按理说不应该是这样的。“道理”都是前人的心血换来的，应该很有用才对。那么只能说，虽然我们听了很多大道理，但都把它当白开水，没啥感觉。也就是我们觉得这些道理不重要，后来我们也就忘了。这也就让那些有“精彩实例”的道理格外珍贵了，这本书是有精彩实例的。的确，理解好了“道理”，才能谈改变嘛！作者只用了短短的5章来阐述自己的“体验设计”生涯，读完之后，发现我的工作内容和作者的工作就是八九不离十啊！但人与人之间的差别，咋就这么大呢？我琢磨着，我大概是缺了“执着和热情”。同样的事情和工具方法，作者可以严格的执行，可以在任何时候抓住机会测试，可以是食堂，可以是走廊。我做不到！也不是我做不到，而是不愿意做，心里就没产生过这种想法。或者也想做，只是觉得做了也啥用。这就是听了大道理，还是过不好一生的原因了。作者还提到，自己每天的日课----收集创新的用户体验案例，我也在做同样的事情，只是不能叫日课，得叫“1天打鱼，99天晒网”。量变都不够，又何必期望质变呢！《诫子书》说：“淫慢则不能励精”，能无愧呼！？
- 3、看到书名很激动，看完了很失望。怀疑自己有问题，本书是作者华尔街日报移动应用工作经验的杂乱拼凑。写的很糟，容易断片。其持续使用“我”证明其经验有限而且无视了团队贡献。作者表现出了对敏捷方法论的欠缺。ps：周鸿祎的序与本书毫无关联。。。

# 《用户体验方法论》

## 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](http://www.tushu000.com)