

《用户体验多面手》

图书基本信息

书名：《用户体验多面手》

13位ISBN编号：9787568004147

出版时间：2014-11-20

作者：Leah Buley

页数：232

译者：新浪微博用户研究与体验设计中心,七印部落

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

《用户体验多面手》

内容概要

用户体验多面手是指那些必须完成多种任务的用户体验设计师。他们除了开展用户研究，设计方案外，往往还要花大量的时间与同事讨论、沟通，甚至还要写文案，做测试。这些都让用户体验设计师觉得焦头烂额，难以应付。如何对付琐碎的工作，提高工作效率，获得同事的支持？作者Leah Buley拥有丰富的用户体验工作经历，本书介绍的27种方法将帮助读者成为工作上独当一面的、出色的用户体验多面手。

《用户体验多面手》

作者简介

书籍目录

目录	
如何阅读本书	1
常见问题	5
序	8
前言	10
第一部分 理论	
第1章 什么是用户体验	14
定义用户体验	15
举例说明	20
用户体验源自哪里	22
用户体验人才来自哪里	27
最重要的一件事	29
第2章 入门	30
了解用户体验的工作方法	33
做好动手前的准备	41
了解你的用户	43
开始设计	45
最重要的一件事	49
第3章 寻求支持	50
原则比流程重要	52
改善人际关系	56
改善合作关系	57
回应常见质疑	60
最重要的一件事	65
第4章 个人成长与职业发展	66
专业社区	68
继续深造	74
提升工作价值	80
职业发展选择	80
最重要的一件事	85
第二部分 实践	
第5章 探索与计划	90
1号方法 用户体验问卷	93
2号方法 用户体验项目计划	96
3号方法 意见收集	102
4号方法 机会讨论会	106
5号方法 项目简报	109
6号方法 策略讨论会	113
最重要的一件事	123
第6章 研究方法	124
7号方法 制定研究计划	127
8号方法 用户调研	131
9号方法 虚拟人物角色	136
10号方法 尝试挑错	139
11号方法 对比评估	143
12号方法 寻找内容模式	145
最重要的一件事	148

第7章 设计方法	150
13号方法 设计简报	154
14号方法 设计原则	156
15号方法 画草图	161
16号方法 草图板	167
17号方法 任务流	172
18号方法 线框图	175
最重要的一件事	180
第8章 测试与评估	182
19号方法 纸上原型和交互原型	185
20号方法 黑帽会议	188
21号方法 简易可用性测试	191
22号方法 五秒测试	192
23号方法 UX体检	195
最重要的一件事	197
第9章 启蒙与宣传	198
24号方法 卫生间宣传单	201
213 25号方法 迷你案例	203
26号方法 自学小组	205
27号方法 金字塔式宣传	207
最重要的一件事	209
第10章 展望	210
用户体验的发展	212
设计的韧性	213
本书的秘密目的	213
最后一件事	214
方法索引	218
致谢	221
作者简介	223
翻译审校名单	224

精彩短评

- 1、条理清晰，我喜欢，职业路径向导
- 2、非常不错，比较深入浅出的一本书
- 3、详细阐述交互设计初期用户体验环节的原则与具体方法。
- 4、内容还是比较接地气的，前小伙伴们翻译的也不错，顶一个
- 5、入门书。好奇，评分为什么会上8分？
- 6、黑帽会议这个名字可真喜欢呀...><..想到老灭了好嘛.跑题，方法列举很实在，操作性强。
- 7、不错的用户体验设计入门书：内容详细却不死板，读起来很轻松。
- 8、介绍了很多方法以及一些资源，算是一门入门的书，对于一些具体操作的内容给出了指导性的意见，比如具体做测试所需要的时间，还有相应的步骤方法，对于未经历过实践的人来说可能会显得有些不知所措，看看热闹，值得在实践中当作一本工具书来使用，当然对于刚入门的人来说也是一本导论的书，有时间再拿出来看一下
- 9、非常好的入门书，读完书应该多练习。
- 10、小巧实用的册子
- 11、操作手册
- 12、UX负责人生存指南
- 13、前面读着没啥感觉，后部分的一些方法有用。
- 14、从头再读一遍，发现这书写得真挺好的。假如你是从业者，每句话都会让你受用。做用户体验，最想成为和最不想成为的，都是作者笔下的用户体验多面手——“想”是因为那证明你足够牛逼，“不想”是因为这可能意味着你的团队对用户体验关注不足、工作缺少分担。所以UX最好的未来是有一天「人人都是用户研究员」，这比「人人都是产品经理」对整个行业要好。
- 15、内容不多
- 16、基础而又结合实际...
- 17、还不错，里面的一些方法可以借鉴，22条总有能帮到你的；
- 18、需求，欲望，价值观，目标和苦恼。
- 19、必须想读
- 20、对于刚入门的小白来说非常浅显易懂而且实用，尤其是第一部分给出了很多学习资源
- 21、入门书，比较浅显。（不够觉得有些方法步骤有些冗余
- 22、通俗易懂，简洁，好书。
- 23、这本书不错，推荐产品经理阅读，简单实用
- 24、给出很多工作技巧方法流程
- 25、很细致，很细心，废话不多，看着清爽，省时省力。
- 26、说实话外国人写书思维比较开放，虽然这本书讲方法的时候挺系统的，但总觉得我和他不是同一个思维回路上的。
- 27、入门书，中规中矩，从想法到原型的实现过程。
- 28、有诚意，应该是入门好书，扫了一遍
- 29、方法论
- 30、看了等于没看，只适合完全不懂UX的读读吧。广泛空洞的内容
- 31、2016-46
- 32、非常好的入门书啊！恍然大悟again，这简直就是我之前做的事，一个人顶所有，当时要是看了这本书应该可以做的更好一点，而且书的结构也很合理，很好读。方法论给的比较简明，可以作为一个引子，详细的还是可以看about face
- 33、看着薄薄的一本书，沉甸甸的都是干货，教你一点点上手。比国内动不动就喜欢抛出问题没有答案的书和文章好太多。沉静一些吧。
- 34、用户体验现在是开发之外的又一个关注点，想读...

章节试读

1、《用户体验多面手》的笔记-第213页

设计是在有限的条件和资源下创造新的解决方案。这些限制条件既划定了设计的界限，也为设计提供了灵感。设计师应该感谢这些限制条件，正是它们让设计成为可能。它们既可以约束想法，也可以激发创意。

对用户体验设计师来说，最大的限制来自同时（产品经理、开发人员、营销人员、管理层）。你必须学会向他们借力，与他们合作。

优秀的用户体验设计师了解每一位同事的特点，就像艺术家熟悉自己的创作材料一样。虽然条件有限，但只要人尽其才，物尽其用，一样可以完成目标。也许同事限制了设计的可能性，但他们也为改善用户体验提供了机会。他们会从不同的角度思考问题，为你提供灵感，帮助你发现设计中存在的问题。着都是你一个人无法做到的。

被运营虐一虐确实能有进步。。。。

2、《用户体验多面手》的笔记-第131页

1、用时：两天

3-4小时特色对象与起草问题

3-4小时执行

4-6小时分析

2、物色用户：

年龄

行为特征

爱好

居住地点

工作地点

如何打发业余时间

哪里可以找到他们

（比如自由职业者喜欢去咖啡厅，便可去咖啡守株待兔）

3、问题

先写下中心主题

再写下分支主题

然后围绕着想问题

尽量问开放式的问题（为什么、怎么样）

请对方回忆生活和工作中的细节（做什么的经历）

4、实施

取得许可

最理想的场所是用户熟悉的环境

请对方尽量展示环境中对其工作和生活最重要的事物

如果允许拍照或视频

做笔记

态度自信氛围轻松

说明计划：原因、问题、要求、时长

适当奖励

3、《用户体验多面手》的笔记-第188页

黑帽这个概念源自爱德华·德博诺提出的“六项思考帽”。“六项思考帽”是一套思维框架，帮助团队有意识地转换思考角度。具体方法是假设每个参与小组讨论的成员戴一顶有颜色的帽子。不同颜色代表不同的角度，例如，黄色代表乐观，绿色代表创意，黑色则代表挑剔、怀疑和批判。戴黑帽子的人要负责指出设计中存在的瑕疵和问题。

黑帽会议的目的是鼓励大家畅所欲言，指出产品设计中存在的问题。有些同事担心自己不懂设计，因为不敢随便发表意见。黑帽回忆给了他们自由表达的权利，可以消除他们的顾虑。

中略

2.解释规则

向大家解释黑帽回忆的规则。大家只有一个任务：以最挑剔的眼光审视你的设计，指出有问题的地方。请参与者在便签纸上写下发现的每一个问题（每张便签纸写一个问题），把它贴在发现问题的位置。“戴上黑帽”最简单的方法是假装自己是一位吹毛求疵、缺少耐心、脾气暴躁的用户，急着要解决手头的问题，或是是一位态度强硬的、不留情面的老板，要对最终设计把关。

实际状况是不懂设计的人毫不在意对设计指手画脚.每天都带着黑帽对着设计开批斗会..= =.黑帽会议这个方法相当于专门开个正式批斗会，比每天开批斗会好！！

4、《用户体验多面手》的笔记-第18页

用户体验是什么？

用户体验有许多不同的叫法，人们通常使用所在公司或专业社区熟悉的缩写来称呼它。虽然这些缩写各不相同，但是都离不开“体验”这个主题词。比如，UX（用户体验）、UD（体验设计）等。

用户体验设计的分支专业很多。作为一个崭新的领域，许多专业和职位还没有标准化。留意一下用户体验方面的招牌信息，你会发现各式各样的职位：用户体验设计师，用户界面设计师，用户研究员、用户体验研究员、交互设计师、信息架构师、可用性工程师、平面设计师、视觉设计师、网页设计师、文案、技术文案、内容策划、设计策划、等等。不过这些工作大致可分成以下四类。

*交互设计师或信息架构师

为产品设计架构和交互细节的人，其职责类似建筑领域的建筑师。他们的工作就仿佛决定建筑中有哪些房间，如何从一个房间进到另一个房间，窗户和门如何摆放等。有些人认为交互设计师和信息架构师的工作截然不同。交互设计师关注品目上现实的内容、交互细节、操作流程，而信息架构师专注信息结构、可控和不可控的元数据、可寻性等。但两者有一个共同目标：让用户在复杂的信息系统中来去自如。为简单起见，我把他们放在一起。

*视觉设计师

他们设计产品的视觉效果（配色、排版、信息层次和视觉元素）。虽然通常认为屏幕上的内容和网页布局归交互设计管，但优秀的视觉设计师也常常就布局提出好的建议。如果把交互设计师比作建筑师，那么视觉设计师好比是室内设计师。

*用户研究员

他们研究用户的需求和行为，包括定性研究（比如逐一访问用户，了解他们的动机和体验）和定量研究（比如大范围采集数据，分析用户的行为、痛点、态度等）。用户研究贯穿产品色剂的整个过程，

《用户体验多面手》

从挖掘需求开始，直到产品验证和可用性测试结束。如果把交互设计师比作建筑师，把视觉设计师比作室内设计师，那么用户研究员就好比是人口学家，他们揭示用户的特征及其分布情况。

*内容策划或文案

他们从全局出发设计产品的文案，包括向用户传递什么信息，如何组织语言，使用什么样的语言风格，如何创建内容（以及由谁创建），等等。他们要确保产品的文案前后协调，与品牌形象一致，并且有助于提升用户体验。内容策划为产品中可能产生的各种对话奠定了基调，比如用户讨论什么话题，相互之前如何沟通，使用什么风格的语言，讲什么样的故事，等等。

用户体验设计师通常都是通才，集上述角色一身。

《用户体验多面手》

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