

# 《用户体验设计成功之道》

## 图书基本信息

书名：《用户体验设计成功之道》

13位ISBN编号：9787115337344

10位ISBN编号：7115337349

出版时间：2014-2-1

出版社：人民邮电出版社

作者：[澳]Jodie Moule

页数：226

译者：程时伟,孙凌云

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)

# 《用户体验设计成功之道》

## 内容概要

用户体验设计以理解产品、服务或系统终端用户的行为为出发点，寻找这些因素的最佳交互方式，从而产生值得回味、快乐的，甚至是有令人惊讶的设计体验。作为一门独立的学科和行业，用户体验设计正在快速发展并得到越来越多的重视。

《用户体验设计成功之道》是一本关于用户体验设计的入门书籍，力图通过一种有趣、实用和非学术的形式来阐述用户体验设计。全书共8章，依次介绍了用户体验设计的基本概念、目的和方法，用户情境，用户数据的搜集，概念设计，原型制作，用户测试与迭代设计，产品发布等内容。

《用户体验设计成功之道》适合用户体验设计的初学者和入门者阅读，也适合想对用户体验流程的各个环节做进一步了解的读者参考。如果你负责将用户体验流程应用到实际项目中，但却不知道从何入手，那么这本书很适合你阅读参考。

# 《用户体验设计成功之道》

## 作者简介

Jodie Moule，Symplicit公司的联合创始人和负责人，是澳大利亚一位经验丰富的设计咨询师，她专注于用户研究、策略规划和服务设计。她具有心理学背景，常根据对人类行为的理解来帮助企业以顾客的视角建立品牌，对企业产品、系统和服务流程的设计方式产生积极影响。

## 书籍目录

第1章 你不是用户	1
1.1 多视角	1
1.2 如何产生体验	4
1.2.1 现有方法	4
1.2.2 忽视用户的代价	5
1.2.3 平衡之道	6
1.2.4 为用户着想	8
1.2.5 让用户来完善产品	9
1.2.6 用户体验的好与坏	10
1.2.7 顾客忠诚度	13
1.2.8 完美的体验	14
1.3 终生体验	14
第2章 理解业务	15
2.1 研究阶段	16
2.2 业务情境	16
2.2.1 协作与交流	17
2.2.2 框架	17
2.2.3 业务领域	19
2.2.4 顾客关系	19
2.2.5 业务架构	20
2.2.6 收益流	20
2.2.7 成本结构	20
2.3 客户的烦恼	21
2.4 理解目标用户	22
2.5 理解人类行为	22
2.5.1 技术工具	23
2.5.2 新焦点	24
2.5.3 改变行为	24
2.5.4 全程考虑	26
2.5.5 让生活更简单	26
2.5.6 剖析 workflow	29
2.6 深入理解问题	30
2.7 研究方法	31
2.7.1 设置视角	32
2.7.2 关于策略	34
2.8 案例研究：菜谱应用软件开发	34
2.8.1 创意火花	34
2.8.2 开始计划	37
2.8.3 组建团队	37
2.8.4 启动项目的10个问题	38
2.8.5 改变行为	39
2.8.6 项目视角	40
2.9 概要	41
第3章 理解用户情境	43
3.1 走进用户世界	44
3.1.1 用户不是设计师	44
3.1.2 综合法	45

3.2	选择用户体验方法	46
3.2.1	提出问题	46
3.2.2	研究准备	48
3.2.3	方法类型	48
3.2.4	快捷方法	56
3.3	招募合适的用户	58
3.3.1	向客户求助	58
3.3.2	并非市场研究	59
3.3.3	潜在用户列表	60
3.3.4	调整中心	60
3.4	案例研究：理解用户情境	62
3.4.1	明确一些问题	62
3.4.2	谁是我们的用户	63
3.4.3	用户研究计划	66
3.5	前期准备	69
第4章	理解数据	71
4.1	处理数据	72
4.1.1	从何处开始	73
4.1.2	准备文具	74
4.1.3	建立项目空间	74
4.1.4	检查记录	75
4.1.5	亲和图	76
4.1.6	邀请他人参与	77
4.2	洞察机会	77
4.2.1	尝试草图	77
4.2.2	大胆设想	78
4.2.3	注意细节	78
4.2.4	抓住机遇	79
4.2.5	开始构思	80
4.2.6	分析能力麻痹症	81
4.2.7	分享结果	82
4.3	理解行为式设计	82
4.3.1	Fogg 行为模型	82
4.3.2	热门触发器	86
4.3.3	如何集成	88
4.4	案例研究：搜集配料	90
4.4.1	后期数据整理	92
4.4.2	主题或模式发现	93
4.4.3	见解与创意	95
4.5	知识就是力量	99
第5章	基于草图的概念设计	101
5.1	概念设计的原理	102
5.2	草图有助于思考	103
5.2.1	草图的益处	103
5.2.2	草图的进化	104
5.2.3	探索交互	106
5.2.4	学习优秀案例	107
5.2.5	向墙面增加信息	107
5.2.6	倾听用户的声音	108

# 《用户体验设计成功之道》

5.2.7	场景是设计工具	109
5.2.8	根据人物角色画草图	109
5.2.9	草图绘制方法	111
5.3	多人参与的草图绘制	115
5.3.1	共同评论设计	116
5.3.2	共同思考问题	117
5.4	思考用户的想法	119
5.4.1	真实的感知	120
5.4.2	用隐喻表达意图	120
5.4.3	用社交媒体提问	121
5.5	案例研究：设计菜谱应用软件	123
5.5.1	需找灵感	124
5.5.2	考虑用户	125
5.5.3	第一次使用软件	127
5.5.4	重访用户	128
5.5.5	绘制草图	128
5.5.6	集体画图与工作坊	129
5.5.7	协同设计	130
5.5.8	产品的前景	131
5.6	一起来画图	132
第6章	为设计方案制作原型	135
6.1	概念设计	136
6.2	推销创意	136
6.2.1	原型：迭代过程的一部分	137
6.2.2	制作原型的原因	138
6.2.3	磨刀不误砍柴工	139
6.3	理解原型	139
6.3.1	草图的后续工作	139
6.3.2	不同类型的原型	140
6.3.3	用原型进行实验	144
6.3.4	原型要素	144
6.4	牛仔式编程	149
6.4.1	为何抛弃原型	149
6.4.2	不要流于形式	150
6.4.3	编程工具	151
6.4.4	开发优质原型	152
6.5	案例研究：设计菜谱应用软件	152
6.5.1	从草图到线框图	152
6.5.2	选择工具	153
6.5.3	任务流和场景的可视化	154
6.5.4	信息分类	157
6.5.5	思考设计问题	157
6.5.6	测试交互功能	159
6.5.7	访谈：程序员眼里的用户体验	160
6.6	萌芽阶段	162
第7章	用户测试与迭代设计	165
7.1	概念设计阶段：迭代测试	166
7.2	验证用户体验	166
7.2.1	用户的回归	167

7.2.2	邀请人们观察	168
7.2.3	如何设置测试环境	168
7.2.4	选择测试类型	170
7.2.5	测试脚本与测试	173
7.2.6	衡量设计的成功性	178
7.3	设计方案的迭代	179
7.3.1	迭代过程	180
7.3.2	理解结果	181
7.4	何时结束工作	182
7.5	案例研究：设计菜谱应用软件	183
7.5.1	实验室设置	184
7.5.2	迭代重点	184
7.5.3	设置衡量指标	185
7.5.4	主要成果	186
7.6	完善方案	187
第8章	了解产品发布	191
8.1	设计阶段	192
8.2	设计方案定稿	193
8.2.1	持续的设计过程	193
8.2.2	用户体验与敏捷开发	193
8.2.3	修正与调整	195
8.2.4	利用测试进行改进	195
8.2.5	一切尽在文档中	196
8.2.6	最后的检查与平衡	199
8.2.7	对产品的感觉	201
8.3	改变用户行为	202
8.3.1	了解用户行为	202
8.3.2	发布前的假设	203
8.3.3	习惯的成因	204
8.3.4	如何度量习惯	205
8.3.5	进化，而不是变革	207
8.3.6	观察产品的最初用户	208
8.3.7	习惯性用户	208
8.3.8	用户习惯建模	209
8.3.9	用户体验的重要性	209
8.3.10	改进设计	210
8.4	案例研究：菜谱应用软件	211
8.4.1	命名游戏	211
8.4.2	进度安排	212
8.4.3	审视设计流程	212
8.4.4	用户体验与敏捷开发	216
8.4.5	令人赞叹的细节	217
8.4.6	进行测试	218
8.4.7	文档	219
8.4.8	审核发布	220
8.4.9	整体视角	220
8.4.10	关注行为式设计	221
8.5	结论	224
8.5.1	本章小结	224

8.5.2 定论：用户体验法则 226



# 《用户体验设计成功之道》

## 精彩短评

- 1、非常好非常好的用户体验相关的书，不过更注重流程和技巧，也有案例分析，作者是有实战的，不是纯理论的那种~
- 2、作者有心理学背景，讲了很多心理学相关调研，在我国很难展开。
- 3、无干货
- 4、可以引用一句话：“这种书我在地铁上一个月可以看一斤”

# 《用户体验设计成功之道》

## 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)