

交互设计与用户体验案例

2010-10-25 来源: Tencent WSD Blog

什么样的交互才是好的交互?如何才能设计一个对用户友好的产品?我们在做设计时是否真的从用户的角度出发,考虑过用户的体验?这是每一个产品设计师或交互设计师都会问自己的问题。

本系列博文记录了我对产品设计和交互体验的一些理解。案例都来自于平日工作与日常生活中的一些观察,由于观察角度的不同,可能得出的结论也未必合理,欢迎朋友们拍砖斧正。

一个案例,老用户和新用户是如何在淘宝上进行购物的。淘宝提供了怎么样的交互呢?

一个老用户在淘宝购物行为如下:

1、 在淘宝上浏览发现自己中意的宝贝,决定拍下宝贝,点击立即购买按钮(用户:这宝贝不错,就买它了,淘宝就是不错,这酱油比街口张三小卖铺便宜2毛钱)



交互设计与用户体验案例(一)-淘宝-购物流程1

2、 点击立即购买按钮后,淘宝提示必须登录或者注册成为淘宝会员(用户:哦,好的)



交互设计与用户体验案例(一)-淘宝-购物流程2

相关文章

关于bing的交互设计
互联网产品的交互设计方法
使用Title提升可访问性
页面加载对访问的影响
心智模型二分法探讨
成功的用户界面的8个特性
色彩理论与实践
手机用户界面设计

更多...

相关培训课程

以用户为中心的设计
可用性评估
Desktop及Web-based软件视觉设计
认知原理与设计应用
手机用户界面设计

更多课程...

相关咨询服务

以用户为中心的界面设计

更多咨询...

成功案例

北京 UI界面设计
启明星辰 用户界面UI设计
山东联通 UI界面设计
福建富士通 UI界面设计
中认网 人机界面设计
浙大灵通 用户界面评估
中兴移动 手机界面设计
大庆油田 web界面Ajax开发
东方通 UI界面设计

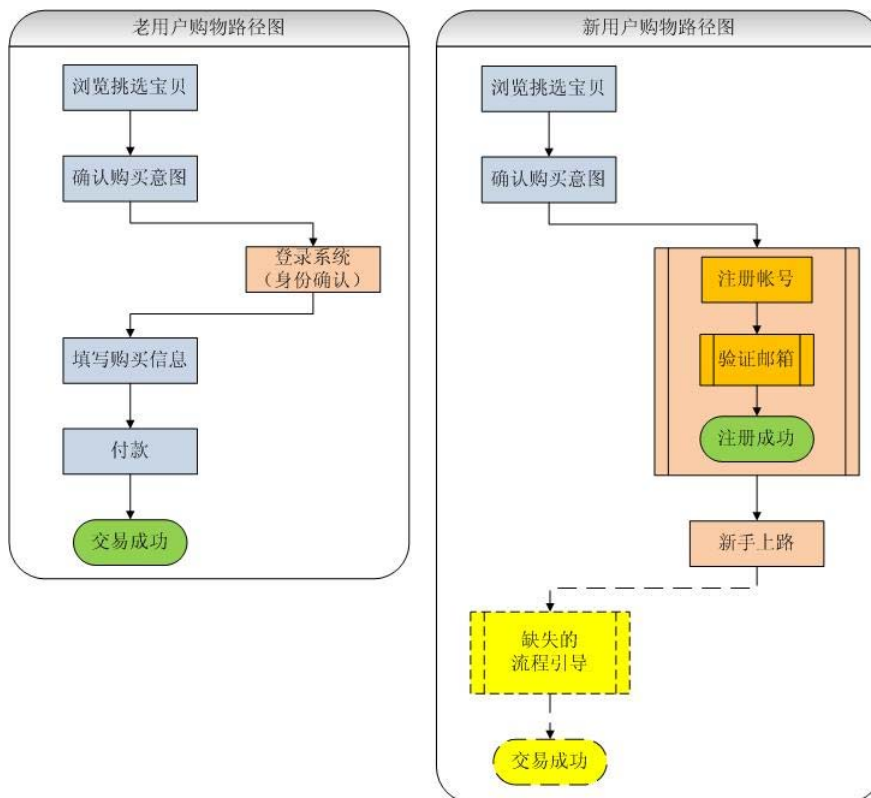
更多...

- 3、 登录后，填写购买信息
- 4、 进入支付流程
- 5、 交易成功，等待卖家发货。

一个未注册的新用户在淘宝购物行为如下：

- 1、 在淘宝上浏览发现自己中意的宝贝，决定拍下宝贝，点击立即购买按钮（这宝贝不错，就买它了，淘宝就是不错，这酱油比街口张三小卖铺便宜2毛钱）
- 2、 点击立即购买按钮后，淘宝提示必须登录或者注册成为淘宝会员（哦，还要会员登录啊，我还不是会员，那我先注册会员吧。酱油，等我。）
- 3、 点击免费注册按钮，浏览器弹出新窗口，让用户选择是选择用手机注册，还是选择用邮箱注册。第一个弹出窗口（？？？什么意思？手机 or 邮箱？手机注册会扣我的话费吗？邮箱注册会收到垃圾邮件吗？... 那我还是选择邮箱注册吧。）
- 4、 用户balalala填写资料，点击提交注册（嘿，会员名是什么？和QQ网名一样吗？随便填一个吧。。用户协议？大哥，我的时间很宝贵的，跳过。。）
- 5、 就差一步了，快去激活你的账户吧。（？？？？@#¥@¥%#。。。我只是想试试淘宝能不能打到酱油而已）
- 6、 用户再打开一个浏览器窗口，打开自己的邮箱，找到来自淘宝的激活邮件。第二个弹出窗口（好吧，这次总算弄完了吧。）
- 7、 来自淘宝的亲切欢迎问候。第三个弹出窗口(@#@¥%#。。。T_T我的酱油呢？我真的只想打酱油而已。。)

老用户和新用户在淘宝购物路径的异同：



交互设计与用户体验案例(一)-淘宝-购物流程路径图

可以看出在老用户购物流程中，淘宝对用户进行了有效引导，在不干扰用户行为的前提下完成了对用户的身份确认，辅助用户完成购物，但在对非淘宝用户的引导上却比较失败。这是因为淘宝在用户购物的主流程中，插入了用户淘宝身份确认的流程。为了引导这位新手完成淘宝身份确认，淘宝要求用户在购物之前先完成注册并验证任务。而这一任务偏离了用户真实目的——购物。对淘宝而言，完成用户身份的确认是不可跳过的一环，但对用户来说，这并非其实现购物需求所必须的。最终结果就是用户的行为偏离用户需求越来越远，用户的愉悦度越来越低。

有点没想明白为什么淘宝在对老用户与新用户上会如此不同，让新用户感觉如此沮丧。事实上，作为产品设计师和交互设计时我们在开发大多数产品的时候都未能很好的了解我们的用户。我们可能对我们的用户有个清晰的定位，知道他们属于什么类型，购买能力如何。但我们并不真正了解用户是如何操作我们设计的产品，也没有按照用户的使用目的去设计产品。我们没有考虑到产品在用户场景中的应用，反而因为产品的要求，强制用户完成我们设计的任务或者限制用户的行为。

HI，如果用户不懂我们的产品如何使用，那么出错的一定不是用户，而是产品设计师。

产品和交互设计的理念：

- 一、了解用户使用产品的目的，即挖掘用户真正的需求。
- 二、基于用户的目的设计产品。
- 三、尽可能简化产品任务，降低用户使用成本

四、不要轻易打断用户任务，迫不得已中断任务，要能即时把用户带回原任务

以上说了产品和交互设计的一些理念：

一、了解用户使用产品的目的，即挖掘用户真正的需求。

二、基于用户的目的设计产品。

三、尽可能简化产品任务，降低用户使用成本

四、不要轻易打断用户任务，迫不得已中断任务，要能即时把用户带回原任务

在进行产品设计的时候,首先应该考虑的是用户的需求是什么,通过使用本产品,用户能够实现什么目的,用户希望产品能够满足他那些方面的需求。一个北京的用户想要去上海看世博会,他选择了坐火车去上海。去上海看世博就是他的目的,也是他所有行为的起因。我们不能对用户说:“飞机的速度很快,我这里有个航班从北京飞往成都。你来坐吧。”这明显不符合用户的需求,与用户目的背道而驰。

上面所说的例子,是一个比较极端的例子,在现实工作中,几乎不会有产品设计师完全不顾用户的需求和目的进行产品设计。”基于用户需求的设计”,“以用户需求为出发点”,“需求为胜”早已成为了行业准则。每个产品设计师都知道的道理,但在实际产品设计中,却往往因为各种因素,导致我们的产品设计偏离了真实的需求设计,甚至与用户的需求背道而驰。

产品设计师在产品规划过程中,会受到那些因素干扰呢?

1、 模糊不清的用户需求。

用户是最明白他要什么的人,但是用户并不是和你一样精通产品的专家。用户对产品的表述可能是模棱两可的,或者异想天开的,产品设计师要做的是要对用户的需求去芜存菁。另外,不同的用户有不同的需求,没有经过定性定量调研,严格的数据分析,那么产品设计师几乎肯定会被淹没在浩瀚繁杂的需求声中。

2、 来自相关业务部门的干扰

在你进行产品设计的时候,一个运营同事跑过来,对你说:“hi,我觉得产品这个功能不该这么设计,据我所知,用户是这么用我们的产品的。他们……”。你有没有遇到过这样的情景?因为更经常和用户打交道,运营、销售、市场、服务支持有时会根据他们所接触的用户,得出他们所理解的用户需求。然后告诉你产品应该如何如何。作为产品经理,我并不排斥来自同事们的声音,但我要求他们提出确切的数据支持。是一个用户这么表达的,还是上万个用户都如此反馈?如果只是业务部门自己的声音,那么记录下来。列入下次用户调研范围内,去找你的用户求证后,再改造你的产品。

3、 开发工程师的拒绝

在所有的声音里,开发工程师是除用户外,最需要重视的。产品最终的完成是靠他们来完成。所以开发工程师往往认为自己有权力决定产品的形态。他们会告诉你,以前的方案是如何的好,虽然有点小瑕疵,但这是用户可以克服的。或者告诉你,从技术上分析,你的方案存在性能问题,没有他们提供的方案更优化。也许最终你不得不妥协。HI,你才是产品的OWNER,最终对产品负责的人是产品设计师,而非开发工程师。

4、 老板拍脑袋了

如果你的老板是个很有个性的人,那么这是最难说服的一个环节。如果你的老板坚持自己的意见和方案,往往你不得不修改自己的设计稿。不过还是要记住,如果你确信自己是正确的,说服你的老板最好的方法还是拿出用户的数据,用数据说话。

哦,一不留神就跑题了,原本是想继续聊聊交互设计与用户体验的,结果跑到产品经理的交流沟通上了。罪过罪过。

最后还是分享下,今天原本准备的一个交互实例:未登录用户在Godaddy的购物流程。

Get your domain in 3 easy steps!

Search Customize Checkout **第一步：搜索并选择域名** [1 domain pending registration](#)

* Required Information

1. Domain Registration Information 第二步：登录或注册账号

OR

Already a customer? Log In.
If you have domain contact information,
Log In here and Continue.

Customer Number or Login Name:

Password:

[Log in and continue >](#)

Create your domain registration information.

First Name:* Last Name:*

Email Address:* (Important information about email accounts)

Company Name:

☐ By checking this box, you certify that the Company Name specified above is the legal registrant of this domain name.

Address 1:*

Address 2: (Suite, Apt #, etc.)

City:* Country:*

State or Territory:* Zip Code:*

Phone:* Fax:

This information will be used to populate your [WHOIS](#) listing.

[Continue >](#)

2. Your Domain Settings 第三步：设置域名购买信息

3. Your Privacy & Domain Protection 第四步：询问是否购买其他相关服务

4. Activate Your Domain 第五步：结账买单

Legal: [Pricing](#) | [Domain Dispute Policy](#) | [Registration Agreement](#) | [Renewal Policy](#) | [ICANN Transfer Dispute Resolution Policy](#)

交互设计与用户体验案例(二)-godaddy-购物流程

和未登录用户在淘宝购物不同的是, Godaddy更加重视用户的体验。虽然出于判断用户身份的需求, Godaddy一样要求用户在购买域名前, 先完成登录或注册。但Godaddy很小心地控制用户的方向, 在购物页面就完成用户身份识别这一工作。这其实也是交互设计的一个原则, 不要出于系统自身的控制需要, 干扰用户操作。不要让用户在一个又一个的弹出窗口间进行跳转、切换, 最终发现离用户的目的越来越远, 找不到回去的路。

让用户从哪里开始, 就让他在哪里结束吧。