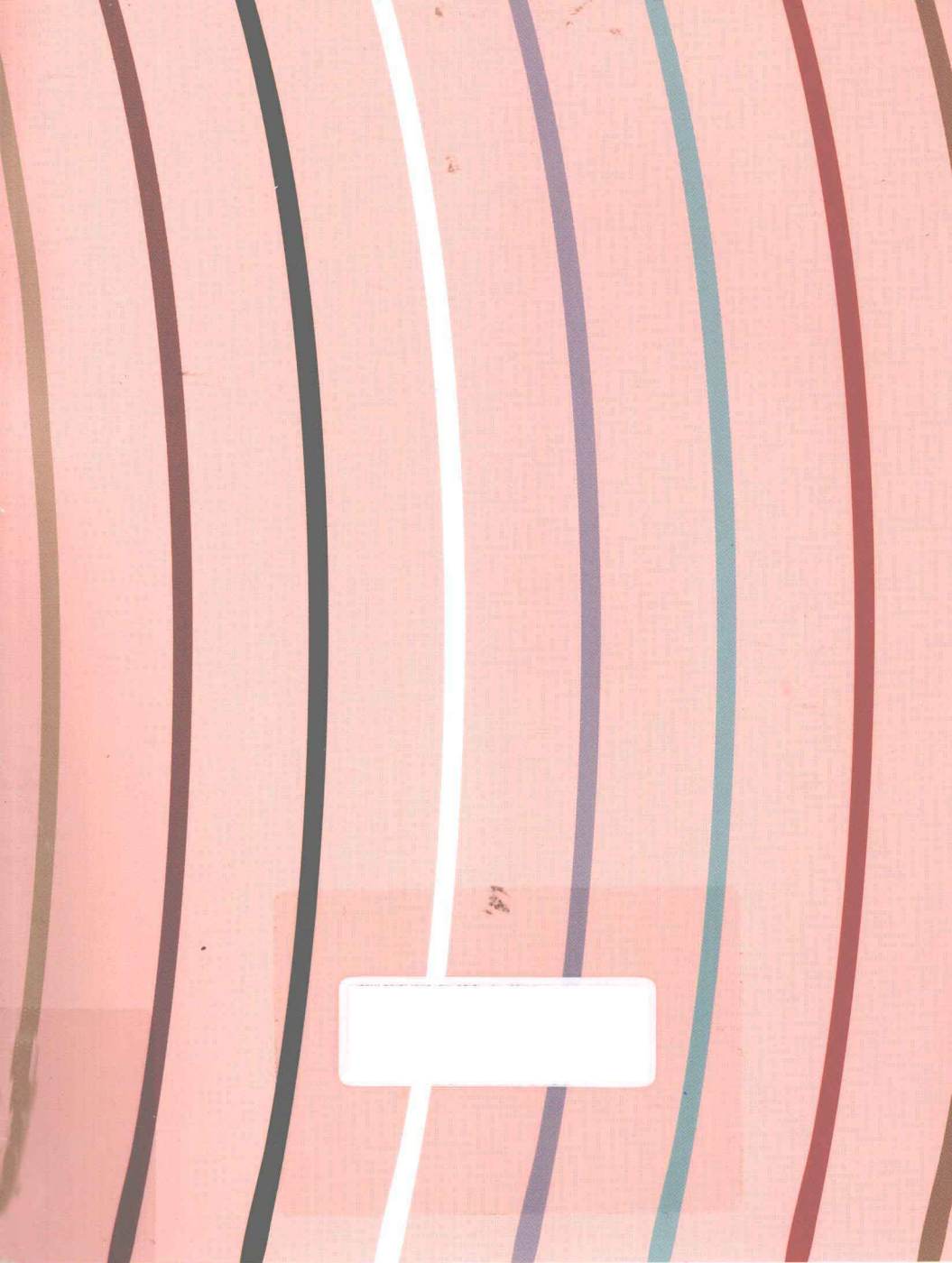




远程用户研究：实践者指南

REMOTE RESEARCH : REAL USERS, REAL TIME, REAL RESEARCH

Nate Bolt Tony Tulathimutte 著
刘吉昆 白俊红 译



清华大学出版社



远程用户研究：实践者指南

REMOTE RESEARCH : REAL USERS, REAL TIME, REAL RESEARCH

Nate Bolt Tony Tulathimutte 著
刘吉昆 白俊红 译

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书通过实例翔实介绍了如何借助于电话、电脑和互联网来设计和执行各种远程用户研究。主题涉及远程用户研究之于实验室研究的优势；如何为远程用户研究招募用户；远程用户研究的各种实用技术和工具；如何规划、管理和执行远程用户研究；如何理解各种远程用户研究方法的优势与不足；如何分析和呈现远程用户研究的结果。

本书实用性强，尤其适合用户研究人员和交互设计师参考和使用，也适合所有产品和服务策划人员阅读。

Nate Bolt, Tony Tulathimutte
Remote Research: Real Users, Real Time, Real Research
ISBN: 9781933820774
© 2010 Rosenfeld Media, LLC

北京市版权局著作权合同登记号 图字：01-2011-2578

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。
版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

远程用户研究：实践者指南/(美)博尔特(Bolt, N.), (美)图拉斯穆特(Tulathimutte, T.)著；刘吉昆，白俊红译. —北京：清华大学出版社，2013
书名原文：Remote Research: Real Users, Real Time, Real Research

ISBN 978-7-302-31186-7

I. ①远… II. ①博… ②图… ③刘… ④白… III. ①软件设计—研究
IV. ①TP311.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 003089 号

责任编辑：文开琪

装帧设计：杨玉兰

责任印制：王静怡

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：150mm×228mm 印 张：19.25 字 数：421 千字

版 次：2013 年 4 月第 1 版 印 次：2013 年 4 月第 1 次印刷

印 数：1~4000

定 价：59.00 元

译者序

产品、信息和服务的创新主要来源于三个方面：技术、商业模式和用户体验。技术方面的创新有赖于科技的进步与技术发展，商业模式的创新源于管理与营销方式的变革，而用户体验的创新则离不开用户需求与用户研究。用户研究正在风靡全球，越来越多的企业（尤其是大企业）正在运用有力的用户体验研究方法与工具来为产品开发服务，并想尽一切办法藉此降低产品创新的风险。

用户研究不同于以往的市场研究。多年的实践证明，传统的市场营销管理主要通过市场调查和客户抽样来获取顾客信息与客户意见，这些方法只能揭示显现的和非长期的用户需求。市场的急剧变化、全球化趋势的加剧以及各种不同文化的交融，使得人们的需求更加难以预测。以往的市场营销手段不再十分有效，很难正确指导产品开发和市场导入。而用户研究则通过研究人们的日常生活、行为模式和文化习俗，探索人们相对持久的深层次潜在需求。因此，用户研究是市场调查的进化，产品、信息和服务创新的关键，设计企划的前提。

在我看来，用户研究可以有狭义和广义之分。狭义的用户研究是指在产品、信息或服务的开发前期和中期，为了理解用户期望和用户价值所作的对用户的文化习俗、行为习惯、价值概念和生活方式的实地观察与研究。参与式观察、影子跟踪、人种学影像、照片日记和角色扮演等用户研究方法，都或多或少能找到人类学或社会研究的影子，因为它们早期就借鉴于这些人文社会科学学科。这些侧重于在自然环境下实地观察的研究方法对产品、信息和服务的策划和设计至关

重要，所以在十多年前我曾提出过设计学科正在转向人文社会科学的说法。

但近些年来随着用户中心设计、人机交互、可用性、用户体验以及信息和服务设计方面的迅速发展，用户研究出现了一些泛化的趋势。用户研究方法也开始增多，有些来自对传统的市场研究方法的改进，有些来自心理学和社会学研究方法的变种；而且也包括了一些传统的实验室研究方法。但无论如何它们都是侧重于用户行为研究，而非传统市场研究所关注的顾客意见和客户偏好。行为研究对人机交互、可用性的改进有着极为重要的意义。此外，受训的用户观察和现实世界的行为分析通常都会得出惊人的发现和洞悉用户的见解。有关广义用户研究比较系统和详细的内容，请关注我们组织翻译的库涅夫斯基的经典著作《用户体验研究技术》，即将由清华大学出版社出版。

远程用户研究是用户研究大家族中的一个分支。它主要是运用电话和互联网工具和手段，观察异地的用户与他们正在浏览的网站，正在使用的应用程序和界面之间的交互行为，获得有关用户体验改进方面的洞察和见解。虽然可能有些研究人员在使用某种工具进行类似的研究，但作为比较全面的介绍远程用户研究的文献，Nate 和 Tony 确实带给我们一种全新的视角。这对于我们进行用户研究和产品、信息和服务的创新设计都开辟了新的视野，尤其对于国内业界和中小企业意义深远。

本书中一开始就集中于远程研究和实验室研究的对比和它们之间的区别，但更确切的说，狭义的用户研究着重的是实地观察，也就

II 远程用户研究：实践者指南

是在用户自身的自然环境中观察用户的活动，以及他们与产品、信息和服务的交互行为。书中也陈述了远程用户研究的局限，比如不能看到参与者的面部表情，其实这方面的问题在某些情况下应该不难解决，只要网络带宽允许，用户端的网络摄像机完全可以传回更为丰富的内容。这也从另一方面或多或少地减少了对参与用户自然行为的打扰，为注重实地观察的狭义用户研究提供了广泛的改进空间。

由于时间过于仓促，翻译水平有限，不妥和错误之处在所难免，恳请专家和广大读者给予批评指正！感谢清华大学出版社文开琪编辑以及所有为本书的出版做出贡献的人！

刘吉昆

2013年1月于清华园

推 荐 序

你手上捧着的书是通往未来的门户。本书所讨论的方法在适合我们技术情境的用户研究方法中属于入门级。相比之下，实验室研究会逐渐被视为了解用户的陈旧方法，类似于骨相学或穿孔试验。

你可知道，实验室可用性工程学产生于更早期。文件存储在软盘上，电脑也没有网络连接。人们用电脑进行计算（基本的数学、电子数据表等）、创建（字处理软件、图形程序）和捕捉（数据项）。电脑一次只运行一个“程序”。可以想象，一个人得花好几种集中精力来处理一个任务，有时甚至是好几个小时。

如今，客户的技术世界更为复杂。他们把大量在线时间花费在消费（浏览网页、听音乐）和沟通（电子邮件、短信、网上聊天、Twitter）上，虽然他们也在计算、创建和捕捉。他们有多个应用程序，而这些应用程序内部还同时开着好多个窗口。成千上万个文件和电子邮件保存在硬盘上。而且他们还同时管理多个设备，包括电脑、移动电话、iPod 和数码相机。技术迫使用户一心多用。最新研究显示，员工受干扰的频率平均约为 11 分钟。

虽然世界已经改变，但标准的可用性操作方法与 20 世纪 90 年代早期的操作方法基本相同。我们招募满足人口特征要求的参与者，把他们邀请到装有荧光灯的实验室里，实验室的一面墙上装有很气派的镜子实验要求参与者使用之前从未见过的电脑，让他们从事一系列事先写好的任务，并在做这些事情的同时进行“出声思考”。这些参与者不能擅自打开在线聊天窗口，也不能点击书签栏查看他们的

Facebook 主页，更不能修改他们保存在电子邮箱里的草稿。如果被测环境的一切都如此不自然，我们能够期望调查结果会提供合情合理的见解吗？

此时此刻，天才的奈特·博尔特和他的伙伴出现了。自从我认识他们以来，他们不断地尝试用技术捕捉最真实的用户研究数据。不论是开创性的屏幕共享和录制工具 Ethnio（从根本上改变了我对可用性的看法），还是为大众汽车所做的跟踪驾驶研究中捕捉到的实时加载视频，他们的使命是揭开质朴的真相。

现在，我们很容易成为“工具控”。虽然远程用户研究离不开极好的技术，但技术最好是次要的兴趣点，我知道对于奈特和托尼来说，这种研究方法关乎的是思维方式。如果想要以最直接的方式了解用户，就会想到最巧妙的方法。而有时候，你无法去“远程”。当我第一次见到奈特时，他吹嘘如何用隐藏的麦克风和摄像机装备一个可用性实验室使参与者尽量感到舒适。或当研究多人视频游戏的使用时，他在办公室里重建了一个舒适的起居室，有零食和躺椅，让游戏玩家感觉像待在家里一样自在。

这本书就是这样成为时光机器的。只有“飞面大神”^①知道未来会有什么。唯一可以确定的是，它会不断改变。为未来做好准备，你需

① Flying Spaghetti Monster，更多详情，可参见维基百科“飞行面条怪物”词条，<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%A3%9E%E8%A1%8C%E9%9D%A2%E6%9D%A1%E6%80%AA%E7%89%A9>。—编注

要本书呈现的思维方式，想方设法会为自己碰到的具体情况提供最佳用户研究数据。像 Bolt | Peters 公司一样，不要满足于标准做法；相反，要发挥新创意，提供新鲜的见解。

Peter Merhdz

Adaptive Path 合伙创办人&总裁

《应需而变：设计的力量》合著者

本书使用说明

哪些人适合阅读本书

本书的主题是远程用户研究，是一种运用互联网工具和服务与身处异地的参与者进行用户研究的方法。（相应地，用户研究是指研究人们与技术如何互动。）

你是一名用户体验/人机交互的从业者吗？如果是，你一定会喜欢这本书，如果你曾经因现有的亲临现场或实验室用户研究方法而受挫（其中的原因有很多，我们将在第1章进行描述），体会就更深。如果你是一名寻求自己（或竞争对手）设计见解的软件或网站开发者，或者是一名交互设计师或咨询师，也有可能对本书爱不释手。

本书有不适合的读者吗？就算你不是经验丰富的用户体验研究员，也能理解本书所谈论的内容，虽然我们的确主要侧重于远程用户研究的“远程”方面。关于如何进行一般的用户研究，本书不会给出太多的建议——为此，一个不错的入门读物是库涅夫斯基（Mike Kuniavsky）的《用户体验研究》（最新中文版将由清华大学出版社于2013年出版——译注）。

本书涉及哪些主题

本书是一本关于远程用户研究方法的入门书：运用电话和因特网远程进行用户体验研究。

在本书前言和第1章中，你将大致了解以下几点：什么是远程用

户研究；何时应当和不应当使用远程方法；远程用户研究的两大种类（调控式研究和自动式研究）。

在第 2 章~第 5 章中，你将了解如何设置、招募和主持基本的远程调控式研究。我们要描述一种称为“实时招募”的方法，将涉及如何拦截网站访客使其可以即时参与研究。我们也要围绕招募、测试录制和远程参与讨论相关的隐私和知情同意书事宜。

在第 6 章中，我们要描述各种各样的自动式研究方法，通过案例分析对它们进行诠释。

第 7 章将针对如何分析和报告远程用户研究结果提出建议。

第 8 章简要介绍工具和服务，包括屏幕共享、录制及几个在线自动研究 Web 应用，它们可以满足远程用户研究的诸多技术需求。

第 9 章解释本书前几章所述的基本原则有多少可以应用于特殊的测试环境——正常的远程测试方法不可行或不符合预期的情况。

第 10 章讨论在策划、执行和演示远程用户研究时所面临的主要挑战。

本书配套资源

本书有两个配套网站。一个是我们的出版商 Rosenfeld Media 公司的 Remote Research 网页（www.rosenfeldmedia.com/books/remote-

X 远程用户研究：实践者指南

research)。另一个是我们为本书创建的 Remote Usability 配套网站 (<http://remoteusability.com>)。在这两个网站上,你都能找到详尽的资源、研究文件模板、补充文献、高分辨率的图片以及远程用户研究工具和服务的最新列表。

书中的示意图、屏幕截图和其他插图,我们都采用 Creative Commons (共同创作) 许可使用条款,任何读者都可以下载并在自己的演示文档中使用。书中的原始插图和示意图都可以在 Flickr (<http://www.flickr.com/photos/rosenfeldmedia/sets/>) 上找到。

常见问题解答

Q: 远程用户研究究竟是什么？是否与焦点小组或问卷调查类似？

A: 远程用户研究只是用户体验（UX）研究的一种类型，它通过电话和互联网进行研究，而不是亲临现场。总体而言，用户体验研究旨在理解人们与技术如何进行互动。焦点小组和问卷调查这些市场研究手段用于了解人们的看法和偏好，用户体验研究则不同，它聚焦于用户行为研究。在这个意义上，远程用户研究的确不同于市场研究；然而，远程用户研究和市场研究都可以应用于改进现有技术的设计并进而激发新技术。详情可参见第 1 章。

Q: 远程用户研究有哪些种类？

A: 这是一个很大的问题，我们在本书中用相当多的篇幅介绍和描述远程用户研究的诸多种类和特色。总体而言，远程用户研究有两大分支：调控式（moderated）研究和自动式（automated）研究。在调控式研究中，研究员可以在参与者使用被测界面时直接与他们交谈，这有利于获得丰富的定性反馈。在自动式研究中，你可以使用在线工具和服务自动收集行为或书面反馈及信息，不需要参与者的直接参与。如果想进一步了解调控式测试，可参阅第 2 章和第 5 章。如果想进一步了解自动式测试的相关内容，请参阅第 6 章。

Q: 我对远程用户研究心存疑虑。如果它真的这么好，为什么我从未听说过呢？

A: 人们关于远程用户研究的诸多疑虑都来源于它是个新鲜事物。

这种方法仍然处于最前沿，而且还需要一定程度的专业知识。迄今为止，还没有一本这方面的书——当然，这也正是我们写这本书的原因。

尽管如此，许多公司都这么做了，并取得了重大的成功。我们为 Sony（索尼）、Autodesk、Greenpeace、AAA、HP（惠普）、Genentech、Wikipedia（维基百科）、UCSF Medical Center、the Washington Post（《华盛顿邮报》）、Esurance、Princess Cruises、Hallmark、Oracle（甲骨文）和 Blue Shield of California 等公司都进行过远程用户研究。

Q：我仍然表示怀疑。不亲临现场见到参与者，是否真的能够获得有效的行为反馈？

A：由于远程用户研究是通过电话和互联网进行的，所以许多人都担心会错过“丰富的细节”，像面部表情和肢体语言。首先，我们相信一点：对于大多数用户研究调查来说，用户与界面互动的方式以及他们出声思考的评议才是真正有必要聚焦的。最重要的是，通过用户的声音和语言也能传达很多潜在信息。我们在第 1 章讨论亲临现场研究和远程用户研究的利弊进行了权衡，并将在第 5 章讨论通过电话主持调控式研究。

如果仍然持有怀疑态度？建议看看我们关于维基百科的详尽的研究记录以及完整的视频和高清片段，网址为 http://usability.wikimedia.org/wiki/Usability_and_Experience_Study。它包

括具有相同目标的实验室研究和远程研究项目，是一个很好的比较研究案例。

然而，要想知道远程用户研究是否适合你，最佳方式是通过快速的、毫不费劲的前期研究尝试一下，我们将在第 2 章带你体验一下。

Q：我想要减少用户研究成本。使用远程方法是一个好主意吗？

A：不完全是。你或许会节省差旅费、实验室设施租赁或雇用招募机构相关成本，但还有一些你需要使用的特定远程用户研究工具和服务的支出，而且就研究员的时间、参与者的酬劳和项目进度而言，也没有什么大的不同。我们将在第 2 章讲述基本的调控式研究的设备要求，并在第 8 章讲述许多远程研究工具和服务的成本。

Q：我能从哪里找人来参与我的远程用户研究呢？

A：准确地说，你可以把亲临现场研究招募用户的所有方法用于远程用户研究招募：电子邮件联系人，招募机构，甚至 craigslist 网站广告也是一种选择。然而在本书中，我们介绍了一种叫“实时招募”的方法，它通过使用弹出式表单来拦截网站访客，让他们立即参与研究。我们坚定地认为这种方法对远程用户研究而言，非常理想，因为它允许你进行所谓的“实时研究”，我们将在第 1 章进行介绍，并在第 3 章进行深入的讨论。

Q：没有更多的学术参考和博士资历，你怎能将本书称为研究呢？

A：本书针对的是希望听到如何在现实生活中的进行远程用户研究这些实用信息的人。

我们不敢声称具有绝对的、经过同行评议的科学严谨性，但我们是在分享我们近 10 年在远程用户研究：2615 名调控式研究用户、2676 名自动式研究用户、234 个项目、19120 个项目测试小时以及 89 个客户（到目前为止）。简单地说，这是对我们很有效的，而且我们认为这对你也很有用。（不管怎么样，奈特和托尼都拥有认知科学/人机交互的学位：是的，我们在这方面颇有研究兴趣。）

目 录

第 1 章 为何要选择远程用户研究	1
实验室研究有何魅力	2
实验室研究过时了吗	6
远程用户研究适用于哪些情境	10
远程用户研究的其他好处	14
何时需要进行远程用户研究	16
调控式研究与自动式研究	24
如何选择合适的远程用户研究方法	26
小结	29
第 2 章 调控式研究的准备工作	31
准备设备	32
立即做前期测试	34
为正式研究做准备	36
起草研究文档	41
小结	52
第 3 章 远程研究的用户招募	53
什么是“实时招募”	54
用表单和弹窗进行实时招募	58
设计筛选器	64
远程招募怎样付费	69
挑选优质用户，剔除冒牌用户	70
招聘进展缓慢？切勿无所事事——修改筛选器	73
等一下！继续阅读……	77
小结	78