

揭示用户点击及消费行为背后的
心理奥秘，吸引用户点击和关注

UI设计 心理学

WEBS OF
INFLUENCE

THE PSYCHOLOGY
OF ONLINE PERSUASION

提高交互界面说服力，
成功将流量转化为网络红利

[英] 娜塔莉·纳海 (Nathalie Nahai) 著
王尔笙 译

一本为UI设计师、营销人员、产品
开发人员量身定制的设计心理学书

A large, dark gray, stylized letter 'U' that frames the title and subtitle. It has rounded ends and a thick stroke.

UI设计 心理学

WEBS OF
INFLUENCE

THE PSYCHOLOGY
OF ONLINE PERSUASION

[英] 娜塔莉·纳海 (Nathalie Nahai) ◎著
王尔笙◎译

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

UI 设计心理学 / (英) 娜塔莉 · 纳海 (Nathalie Nahai) 著 ; 王尔笙译 . — 北京 : 中国人民大学出版社 , 2019.3

书名原文 : Webs of influence : the psychology of online persuasion

ISBN 978-7-300-26686-2

I . ① U… II . ① 娜… ② 王… III . ① 人机界面 — 程序设计 — 应用心理学 IV . ① TP311.1-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 028168 号

UI设计心理学

[英] 娜塔莉 · 纳海 著

王尔笙 译

UI Sheji Xinlixue

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511770 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 天津中印联印务有限公司

规 格 170mm×230mm 16 开本

版 次 2019 年 3 月第 1 版

印 张 14 插页 1

印 次 2019 年 3 月第 1 次印刷

字 数 203 000

定 价 65.00 元

版权所有

侵权必究

印装差错

负责调换



阅读成就思想……

Read to Achieve



谨将本书献给亲爱的读者，
让它成为你的亲密伙伴，
帮助你完美创业，
建立一个更有吸引力的网络形象。

PRAISE FOR WEBS OF INFLUENCE

本书赞誉



联合利华已经与娜塔莉合作了多年。她通过自己深邃的洞察力和专业见解逐渐改变了我们的沟通技巧。实践证明，这有助于强化我们与消费者的关系并确保销售稳步增长。

乔·科米斯基

联合利华电子商务创新部

《UI 设计心理学》探究心理学与技术之间的关系，将研究与实践指导深度结合，以此揭示交互界面设计、市场营销与销售背后的技巧。有了这本书，你便有了全新的网络视野。

杰夫·怀特

英国第四频道

对那些有意深入探索日益增多的虚拟存在意义的人而言，娜塔莉为他们提供了独特的洞察力和见解——我们如何参与其中以及我们如何将经验变现呢？对于所有致力于大幅加快数字化转型的人而言，这本书可以提供至关重要的参考。

约书亚·马科特

《哈佛商业评论》集团出版人，执行副总裁

如果你曾经非常喜欢读《助推》(Nudge) 并从事数字化市场营销工作，那么手中的这本《UI 设计心理学》肯定是你梦寐以求的。

斯坦尼斯拉斯·麦格尼安特

可口可乐西欧区在线通讯总管

《UI 设计心理学》是有关数字化说服技巧与科学的权威指南。值得一提的是，娜塔莉·纳海的这本书汇集了最新的神经科学研究成果，并指导我们如何激励受众在交互界面建立联系并参与其中。

莎拉·德罗舍·摩尔

Spredfast 品牌与收益市场营销高级副总裁

《UI 设计心理学》是推动交互界面说服力的一次了不起的、拓展思维的尝试。

谢恩·帕里什

Farnamstreetblog.com 创始人

强烈推荐我最喜欢的专家写的这本有关提高交互界面说服力的书。《UI 设计心理学》是上天赐给业界的礼物。它内容广泛、深入浅出，而且富有洞察力。

尼尔·埃亚尔

《上瘾：让用户养成使用习惯的四大产品逻辑》的作者

娜塔莉可以传授你一些技巧，让你从全新的视角审视你每天所做的交互界面设计工作。她的知识与热情满溢于书中的字里行间，并让整个团队站在客户的立场去思考。根据她所提出的理念，我们取得了巨大的成功，但更为重要的是，在涉及为客户提供体验时，她帮助我们开始以正确的方式思考问题。

苏珊娜·埃利斯

uSwitch，能源网站产品负责人

《UI 设计心理学》这本书是关于交互界面设计心理学知识的全面总结。书中的内容字字珠玑、切中要害。如果你正从事在线策划或 UI 设计工作，本书将是你的必读书。

苏珊·魏因申克

The Team W, Inc. 首席行为科学家，《设计师要懂心理学》的作者

娜塔莉对于在线行为，在线行为对显示品牌真实性、原创性的影响力的洞察，以及她的整体市场营销方法都是真实可信的；对所有的公司来说，无论大小，这本书都颇具实用性。

托比·丹尼尔斯

Crowdcentric 公司联合创始人，CEO

在将心理学研究转化为送给 UI 设计师的实践建议方面，无人能与娜塔莉·纳海相提并论。每个市场营销人员和 UI 设计都需要阅读《UI 设计心理学》这本书。

罗杰·杜利

《神经营销》(Brainfluence) 的作者

这是一本非常有用的指导书，它借助行为研究成果来推动你的网络业务，书中提供了大量的真实案例和实用技巧。

卡洛琳·韦布

Sevenshift 公司 CEO，《七堂思维成长课：精英群体的行为习惯》的作者，

麦肯锡公司高级顾问

娜塔莉的《UI 设计心理学》堪称上乘之作，内容有理有据，易于阅读，而且超级实用。借鉴书中的经验，你讲故事、进行市场营销以及 UI 设计等方面的能力都将得到彻底改善。

兰德·菲什金

Moz 公司创始人

凭借惊人的洞察力、严谨的学术态度，娜塔莉赋予了在线行为心理学以强大的生命力，并成就了一本难得的充满实用建议的好书。娜塔莉是一位能引人思考的作者，她所展现出的魅力、活力与热情足以激发受众的灵感和有益的讨论。

林赛·斯宾塞

数字电视集团媒体负责人

《UI 设计心理学》是一本精彩的好书。对于任何真正重视行为洞察力并希望在数字化领域大展宏图的人来说，这都是一本必读之书。

乔·德夫林

伦敦大学实验心理学部主任

用最好、最简单的心理洞察力推动并驾驭我们的交互界面行为，娜塔莉的这种能力无人能出其右！

马丁·埃里克松

Mind the Product 联合创始人、策展人

《UI 设计心理学》提供了一份卓越的、易于理解的行动指南，帮助你遨游复杂的世界，了解在交互界面上，人们如何以及为什么做决策。本书集合了心理学、社会学、商业以及 UI 设计等领域的最新理念，是一本从事网络工作人士的必读书。

杰米·巴特利特

《暗网》的作者

娜塔莉·纳海是技术领域最睿智的现代作家。对任何有意了解人类心理、消费行为与数字领域之间相互影响的人而言，第一版《UI 设计心理学》就是一个游戏规则改变者。而新版的《UI 设计心理学》更加出色，它是一本现象级的好书！它让每位读者都能成为专家。

托马斯·卡莫洛-普雷姆兹克

英国伦敦大学与哥伦比亚大学商业心理学教授，Hogan Assessments 公司 CEO

娜塔莉一次又一次地挑战了我对人们在线行为的假设。她的观点建立在科学和对人的深刻了解的基础之上。作为一个心理学的门外汉，我从她的文字和演讲中受益匪浅。如果你希望了解为什么人们会做出某种形式的在线行为，那么你一定要读一读这本书。

威尔·克里奇劳

Distilled 公司创始人、CEO

这本书从现代观点去审视每天会影响我们的技术与技巧，它用清晰独到的见解打破了游戏规则。对于任何希望深入了解我们在交互界面的行为方式以及如何在实践中运用这些心理洞察力的人而言，《UI 设计心理学》是必读书。

菲尔·诺丁汉
Wistia 视频策略师

《UI 设计心理学》是在线市场营销人员的必读书目。在市场营销日趋个性化的今天，了解客户的心理动机和行为动力是至关重要的。本书可以帮助你轻松利用心理学研究和心理过程提高从模仿到设计、从功能到定价的交互界面营销水平。

斯蒂芬·帕夫洛维奇
Conversion 创始人

娜塔莉无疑是数字化市场营销领域最善于表达和观察的精英人士。我认为她对人们如何利用交互界面有极为全面的了解。每次读她的作品，我都会有所收获。

凯尔文·纽曼
Rough Agenda 创始人、总经理

让心理学研究走近普罗大众，娜塔莉在这方面拥有独特的能力。在这个领域里，她是最出色的演说家和作家之一。

克里斯·萨维奇
Wistia CEO、联合创始人

娜塔莉的书是最详细和最明确的指导书，它将最新科研成果分解为清晰的行动步骤，以满足你的客户最深层的需要，从而拉近你们之间的距离。《UI 设计心理学》将帮助你优化你的交互界面沟通的每一个元素。

里奇·米林顿
Feverbee 创始人

娜塔莉·纳海是著名的网络心理学家，一本《UI 设计心理学》在手，就相当于掌握了最强大的网络知识。无论你的工作是让线上用户更开心，还是销售更多的产品，抑或二者皆有，这本书都会将你所从事工作的用户体验提升至新的维度。

安德烈·莫里斯

作家，Global Optimization Group 联合创始人

我看过的登录界面不下 10 万个，但让我印象深刻的寥寥无几。如果你在你的界面上使用娜塔莉的说服方法，你就会创造出让客户迅速响应、改变并且最有可能模仿的市场营销体验。

奥利·加德纳

Unbounce 联合创始人

娜塔莉的观点将改变你思考市场营销、广告和交互界面沟通的方式。

米奇·乔尔

Mirum 总裁

《UI 设计心理学》道出了我们是如何思考、感觉和行动的。如果你希望与客户建立联系并影响他们的行为，请不要犹豫，赶快入手这本书吧！

佩普·拉加

ConversionXL 创始人

电子商务领域从未像今天这样充满竞争，如果你是一个零售商或制造商，却未能倾听和了解过客户的需要，那么你很快就会奇怪为什么你的产品堆积如山，卖不出去。娜塔莉将为你释疑解惑。交互界面说服围绕三个关键原则进行，即了解你的目标、具有说服力的沟通和诚信销售。

戴夫·霍华德

Brandview 全球市场营销总监

如果你希望产生任何形式的网络影响力，但不去践行娜塔莉提出的理念，那么你会发现自己做事情经常功亏一篑。娜塔莉的建议实用，深入浅出，有充分的理论研究基础。《UI 设计心理学》是本人案头的必备书。

戴维·格林伍德

This is Pegasus 资深客户总监

我们可以借助《UI 设计心理学》这本精彩的、注重实战的书进行 UI 设计，提升用户体验，产生你所期望的结果。作为应用行为科学的带头人，娜塔莉·纳海将科学洞察力和严谨注入了你的工作中。这是 UI 设计师和市场营销人员的必读书。

亚历克斯·奥斯特瓦德

企业家、作家、Strategyzer 联合创始人



第一部分 ▣ 真正了解目标受众

- 01 交互界面成功三原则 / 4
- 02 我们的决策并非全是理性的 / 6
- 03 谁是你的目标受众 / 10
- 04 目标受众的六个心理维度 / 12
- 05 明智的个性化营销策略 / 42

第二部分 ▣ 说服性沟通

- 06 说服性沟通的基本原则 / 62
- 07 针对目标用户优化交互界面和营销策略 / 70
- 08 合适的图片胜过千言万语 / 93
- 09 恰当的颜色也是卖点 / 102
- 10 利用社交媒体创建高价值客户服务 / 118
- 11 设计说服性视频 / 130

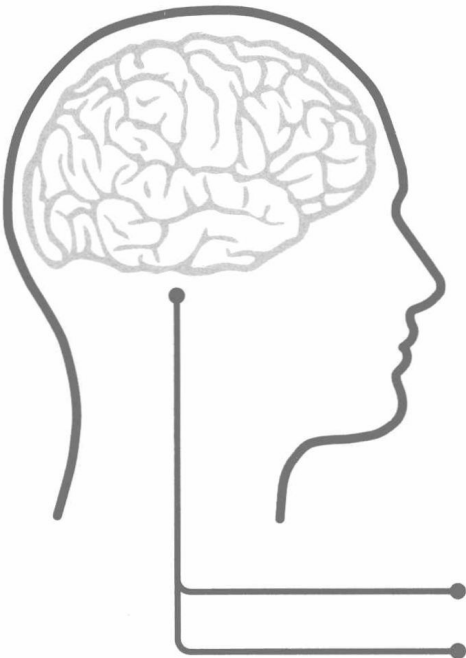
第三部分 ▫ 诚信是最大的力量

- 12 支撑最基本说服原则的理论 / 140
- 13 交互界面说服的九项原则 / 147
- 14 有效提升销售策略 / 174
- 15 最大化客户感知价值 / 187
- 16 借助行为链建构说服力 / 199

PART 1

第一部分

真正了解目标受众



认知本身不会产生行动；要对行为产生影响，认知体系的运转必须通过情感系统来完成。

科林·卡默勒（Colin Camerer）等

大脑中过时的、无意识的反应可能会
影响和推翻
我们有意识的决策过程。

系统 1	快速	系统 2	缓慢
	情绪化		善于分析
	潜意识		意识
	凭直觉		凭努力
	无意识		有意识
	非理性		理性

人格特质

可塑性

开放性



- 学术好奇心
- 猎奇
- 创新
- 想象力
- 冒险性
- 独立性
- 坦诚
- 情绪上的自我意识

外向性



- 喜欢结伴
- 精力充沛
- 喜欢交际
- 乐观
- 热情
- 独断
- 野心勃勃
- 寻求刺激

稳定性

尽责性



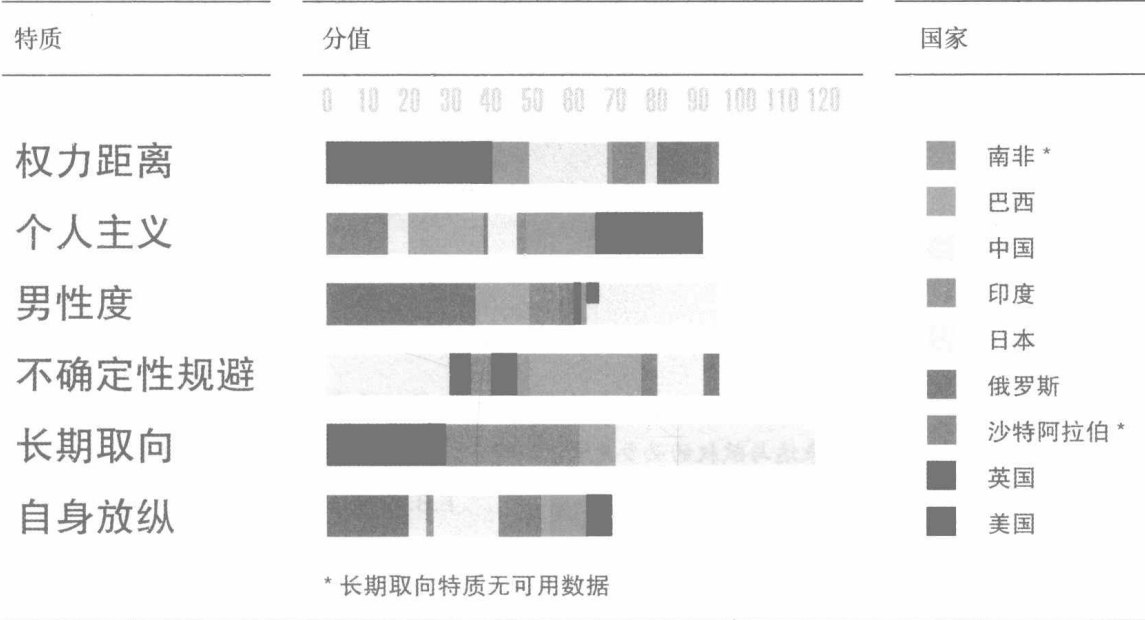
- 自律
- 组织能力
- 可信赖
- 执着
- 一致性
- 谨慎
- 有条不紊
- 镇定自若

亲和性



- 富有同情心
- 合作精神
- 讨人喜欢
- 善解人意
- 同理心
- 亲切
- 谦逊
- 情绪反应

霍夫斯泰德的六个维度



性别差异

行为

