

用户体验多面手

THE USER EXPERIENCE TEAM OF ONE

[美] Leah Buley 著

新浪微博用户研究与体验设计中心
七印部落

译

 Rosenfeld

华中科技大学出版社

用户体验多面手

THE USER EXPERIENCE TEAM OF ONE

[美] Leah Buley 著

新浪微博用户研究与体验设计中心 译
七印部落

华中科技大学出版社
中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

用户体验多面手/(美)布雷著;

新浪微博用户研究与体验设计中心,七印部落译.—武汉:华中科技大学出版社,2014.10

ISBN 978-7-5680-0414-5

I. ①用… II. ①布… ②新… ③七… III. ①网站—
设计 IV. ①TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第224870号

Original English language edition copyright © 2013 by Leah Buley rights reserved.

The Chinese translation edition copyright © 2014 by Huazhong University of Science and Technology Press in arrangement with Rosenfeld Media.

湖北省版权局著作权合同登记 图字:17-2014-283号

书 名 用户体验多面手

作 者 (美) Leah Buley

译 者 新浪微博用户研究与体验设计中心、七印部落

策划编辑 徐定翔

责任编辑 徐定翔

责任校对 李 琴

责任监印 周治超

出版发行 华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山(邮编430070 电话027-81321915)

录 排 武汉东橙品牌策划设计有限公司

印 刷 武汉市金港彩印有限公司

开 本 880mm × 1230mm 1/32

印 张 7.25

字 数 162千字

版 次 2014年11月第1版第1次印刷

定 价 49.90元

本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线400-6679-118竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

献给Theo和Chris，我的儿子和我的丈夫。

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 15

| | |
|------------|----|
| 定义用户体验 | 16 |
| 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 31

| | |
|-------------|----|
| 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 51

| | |
|---------|----|
| 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 **67**

| | |
|---------|----|
| 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 **91**

| | |
|---------------|-----|
| 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 **125**

| | |
|-------------|-----|
| 7号方法 制订研究计划 | 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 **151**

| | |
|------------|-----|
| 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 **183**

| | |
|-----------------|-----|
| 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 | 199 |
| 24号方法 卫生间宣传单 | 201 |
| 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 | 211 |
| 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 |
| 附录 方法索引 | 217 |
| 致谢 | 221 |
| 作者简介 | 223 |
| 翻译审校名单 | 224 |

如何阅读本书

很多人对用户体验研究感兴趣，因为他们想要赢得更多的用户，但是单凭兴趣不一定能够成为优秀的用户体验设计师。用户体验设计师不但要热爱用户，还要创造性地探索和解决设计问题；不但要验证设计方案，还要解答业务人员提出的问题；不但要持续监测产品表现，还要不断进行改进。这些工作都没有现成的经验和原则可供参考，更糟糕的是用户体验设计师需要频繁地与他人合作，而这些人并不一定理解用户体验，这进一步增加了工作的难度。

任何对用户体验感兴趣的人都可以阅读本书。虽然本书适合所有人阅读，但是撰写的初衷为了两类特殊的人群。

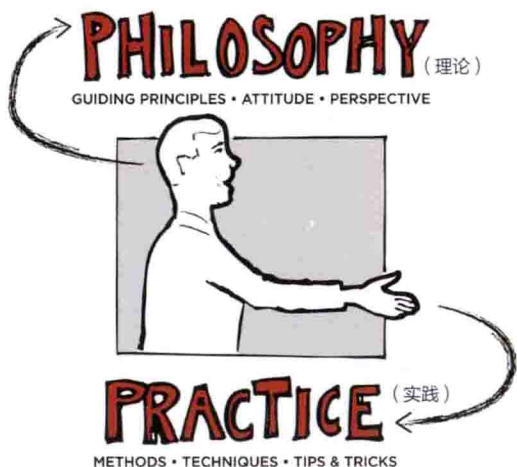
一类是已经在产品团队工作，但是有志于投身用户体验领域的人。如果你希望了解用户体验工作的基本内容，希望承担一部分相关工作，那么推荐你阅读本书的**第1章**和**第2章**。

另一类是经验相对丰富的用户体验设计师，他们希望提高跨部门合作的工作效率。推荐这类读者阅读本书的**第3章**和**第4章**。

本书内容

本书既讲理论也讲实践经验。除了提供理论上的指导，还会详述作为一名用户体验设计师应该如何高效地完成项目。

全书分为两个部分：第一部分讲解理论，第二部分介绍实战经验。



第一部分展示了用户体验设计师工作中的各个方面。我将解释什么是用户体验设计师，如何展开工作，如何提高自己的工作能力，如何让大家参与并支持用户体验的研究与设计工作。

第1章 什么是用户体验 讲述用户体验是什么，它是如何产生的，如何才能成为一名用户体验设计师。

第2章 入门 介绍如何开始工作，包括初学者需要掌握的用户研究与设计的基本理论。

第3章 寻求支持 讲述用户体验设计工作中最大的难题，即如何在复杂的组织关系中争取他人的支持。

第4章 个人成长与职业发展 描绘了用户体验设计师的职业规划与美好前景。

第二部分详述具体的工作方法，可以作为用户体验设计师日常工作的参考资料。这些方法经实践证明适用于用户体验设计师的实际工作环境。什么样的环境呢？在实际工作中，用户体验设计师需要与没有用户体验工作经验的同事合作完成工作。这意味着你不得不采用某些“有效但不一定优雅”的办法，以方便其他职能部门的协作者参与到工作中来。

第5章 探索与计划 讲解如何创建用户体验项目，包括挖掘团队需求，并与团队分享用户体验策略。

第6章 研究方法 讲解如何开展用户体验研究，包括最重要的用户研究、竞品研究和最优方案研究。

第7章 设计方法 讲解开放式的、合作式的用户体验设计的方法和技巧。

第8章 测试和评估 讨论如何检验设计的正确性。

第9章 启蒙与宣传 将理论和实践结合起来，争取他人对用户体验工作的理解和支持。

第10章 展望 讨论用户体验工作的定位，以及未来的发展前景。

第一部分和第二部分有大量的交叉引用，第二部分介绍的有些方法在第一部分中有解释，反之亦然。

本书可以根据具体需要随时翻阅，比如当你要解决某个具体的问题时，或者项目进行到某个阶段时，都可以很方便地找到相关内容。第一部分展示了用户体验设计师的一般成长路

径，第二部分完整地讲解了如何完成用户体验项目。

相关资源

这本书的配套网站（<http://www.rosenfeldmedia.com/books/ux-team-of-one>）上提供了一些模板、讨论内容和其他资源。书中的图表和插图可以在遵循知识共享协议的情况下下载和使用（<http://www.flickr.com/photos/rosenfeldmedia/sets>）。

常见问题

什么是用户体验多面手？

用户体验多面手是在其工作环境中推广以用户为中心的设计理念的关键人物。由于客观原因，不得不独立完成多种工作的用户体验设计师都是用户体验多面手。如果你是公司中唯一实践（或有志于实践）以用户为中心的设计的人，那么你无疑就是用户体验多面手。哪怕公司有不止一位用户体验设计师，但你所在的团队只有你负责这方面的工作，那么你就不可避免地成为了一名用户体验多面手。**第3章**阐述了用户体验多面手面临的挑战，以及解决问题的办法。

我是自由职业者。这本书适合我吗？

本书主要是写给那些在公司内工作或与公司合作的人看的。不过，自由职业者和独立咨询师也必须与客户及各种职能团队合作，因此本书也适合他们阅读。对于那些打算单干的读者，建议阅读**第4章**中“考虑自谋生路”。

用户体验多面手的工作有什么特点？

如果你是用户体验多面手，你将面临以下这些挑战。

觉得自己什么都会做，但什么都不精 你要做许多不同的工作：设计、研究、写文案、测试和启蒙。你想把工作做好，但作为一个多面手，你觉得各方面的积累都太浅。有时你会怀疑你做的到底对不对。如果具备更专业的知识，设计可以不那么

纠结，与人沟通交流可以变得更顺畅吗？

要负责启蒙 公司或客户可能还不了解什么是用户体验，他们可能还没有体会到用户体验的作用和价值。即使他们知道用户体验，也不一定认识到其重要性。要想顺利开展工作，必须对他们进行启蒙和教育。

要边干边学 必须独立完成工作，不懂的地方只能自学。可以向同行学习经验，也可去专业社区与网友交流，但在日常工作中，只能独立地做出判断，有根据地制订工作计划。

资源有限 用户体验多面手工作最大的挑战是时间不够用。你只有一个人，但是有一堆事等你做。

只能靠自己 用户体验是新事物，公司里没有人做过类似的工作，也没有现成的经验和规律可借鉴，必须自己开拓职业道路。

这项工作有趣的地方在于一种戏剧性的冲突，既需要激发灵感，又要不断积累专业知识。这就带来了一系列的挑战，远比一般的设计工作要复杂。这种有趣的冲突既带来了实践上的问题，也带来了理论上的问题，它们就是本书的灵感来源。

第2章和**第3章**描绘了用户体验设计师的常见的工作场景，而**第5章**至**第9章**则提供了各种场景下的最佳工作方法。

这只是一本用户体验入门书？

不仅仅是这样。本书既适合刚进入用户体验行业的人阅

读，也适合经验丰富的从业者阅读。**第1章**对用户体验设计进行了概述，让读者了解这项工作的基本情况。**第5章到第9章**讲解的方法可以极大地节省工作时间和节约资源，同时让那些不熟悉、不支持“以用户为中心的设计”的人参与到用户体验设计中来。

序

有一些事情永远不要一起做：比如搬家、生孩子、养狗、换工作。然而，莉亚（Leah）同时做了这几件事，另外还写了这本书。

认识莉亚的人，对于莉亚的这种能力绝不会感到惊讶。因为这里体现的正是作为用户体验多面手的韧性。这种韧性是一种勇气，也可以说是一种蛮劲，这种勇气让我们投身于未知的、无人涉足的领域。

就我自己而言，当年进入用户体验领域是因为互联网的繁荣。那时作为公司里唯一的视觉设计师，我每天被一群工程师包围着，许多问题需要自己解决。15年后，我很高兴地说，现在的状况依然如故。即使作为一名专业的咨询师，我仍要不断地学习和探索。谁又不是这样呢？还好，现在可以去成熟的设计社区学习经验。莉亚在本书中分享的内容毋庸置疑会为你的知识库增加新的方法和技巧，对我来说也一样。

但是在这些方法和技巧背后，本书还包含更宝贵和永恒的东西，那就是勇气和好奇心。它们激励着我们继续从事这项工作。我想大部分人都不会满足于现状。这种不满足和不断追求的精神伴着一种深刻的执着，造就了用户体验行业。它们是用户体验工作的核心精神。

我有幸听过莉亚在2008年信息架构峰会上有关“用户体验多面手”的演讲（至今印象深刻）。莉亚对设计方法有着非常独到的见解，她强调设计的实效性，提倡少做无意义的工作。她的演讲非常鼓舞人心，房间里挤满了热情的听众。我很少在

会后寻找演讲者的讲稿，但我很想要一份她的讲稿。

当我知道她要把这些内容写进书里时，我的心情非常激动。我们正需要更灵活的工作方式来取代严苛的流程。诚然，可重复的硬性流程是有价值的，但是独立工作就是要不惜投入，尽一切可能把事情做好。独立工作不需要空谈，也不需要死板的流程。确定分工和责任只会浪费时间。独立工作有更多的自由度和自主权，我们能够自己决定自己要走的路。正因为如此，独立工作应该是一种享受，而不是一种折磨。

当然，个体需要组成团队来完成大事业。但是，我发现几乎所有成功的产品都归功于一个标新立异、力排众议的人，他带领大家克服重重困难，勇往直前。

无论是独立工作还是和志趣相投的团队一起工作，都要有自己独立的思考和见解，正是这一点让我们与众不同。从这个角度看，每个人都是用户体验多面手。不同观点的撞击，才能真正迸发出思想的火花。不要让工作头衔束缚自己。打破条条框框，做有意义的事。永远不要停止学习和实践。只要坚持，就没有困难能阻挡我们。

——史蒂芬 P. 安德森

《Seductive Interaction Design》作者