

获取UXREN原创文章、翻译组文章、线下活动通知  
扫一扫，关注UXREN公众号





# 如何从研究 到产品创新落地

## 用户体验地图的应用

南京分享和工作坊 \* 杨蓉 (UXREN用盐很咸)

2016. 3. 19

# 杨蓉 - 自我介绍



计算机 可用性 项目管理 HCI 交互设计 界面设计  
**用户研究** 心理学 创新研究  
定性研究 销售  
用户体验管理 数据分析 产品经理  
社群运营 小组学习 培训

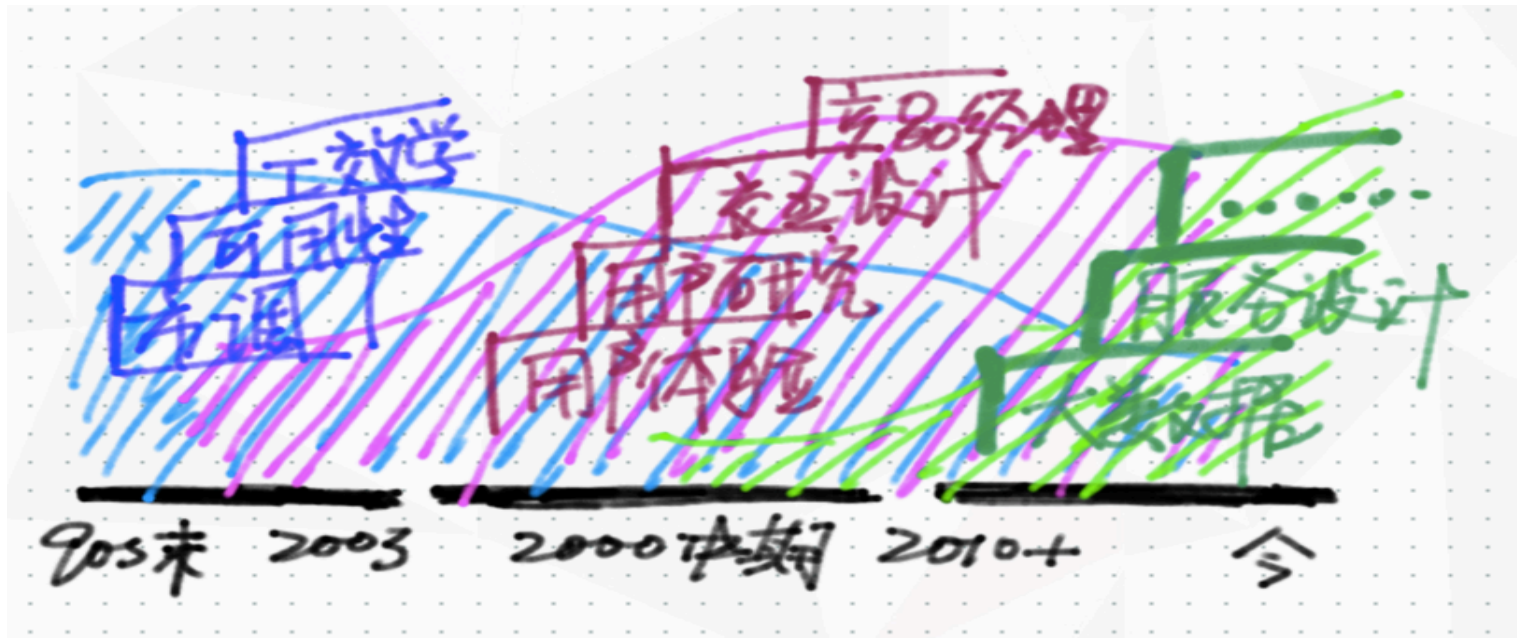
Voice Interaction Design 社交化电商  
联想笔记本 LePad 手机 四屏互动  
Wearable Device 智能办公环境研究 商家后台管理平台  
全站体验指标设计

# 用户体验行业的变迁和发展

2000年代初，用户研究随着可用性、易用性的概念，渐渐在国内的IT公司兴起，比如Nokia、西门子、联想。  
那时候还是改善已有设计的品质为主要目标

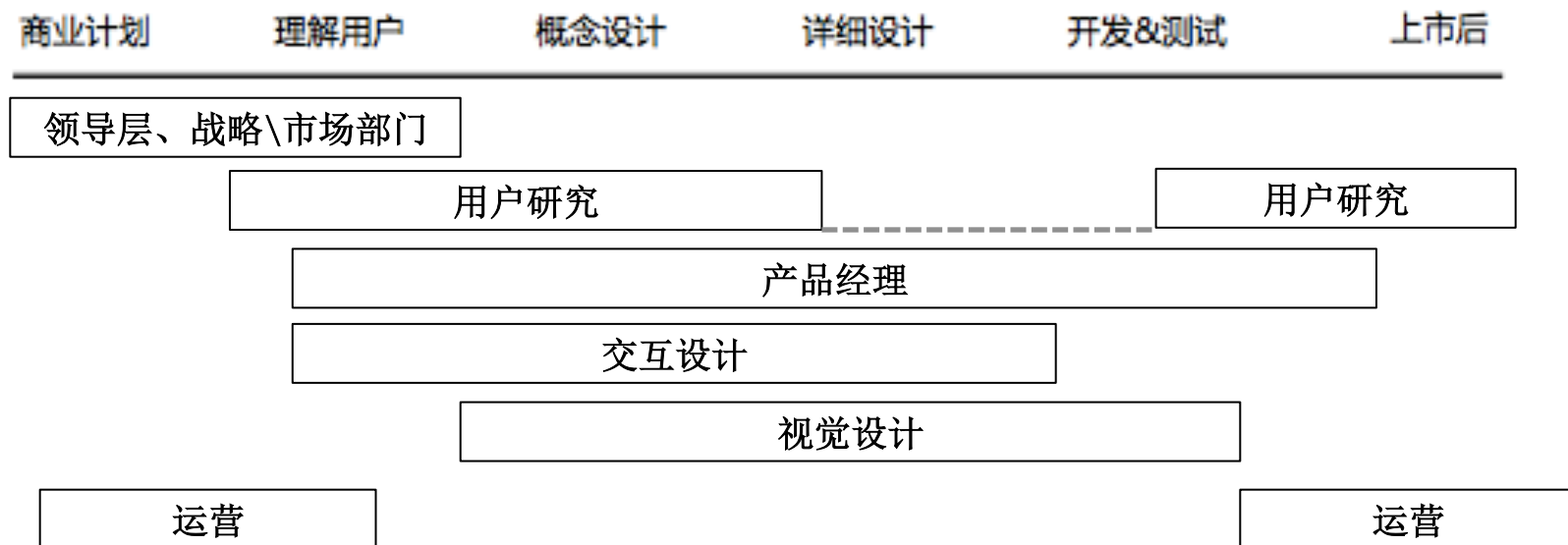
2000年代中期，随着互联网的兴起，用户体验也被从业者提到了一定的高度，而基于网站用户行为研究的岗位，也渐渐得到了重视，大量公司开设用户研究的岗位

用户研究“落地”难的问题，导致早期从事用户研究岗位的人员，纷纷转行到交互设计、产品经理等结果更可以衡量的岗位中.....  
基于数据驱动的设计、服务设计等新理念开始兴起

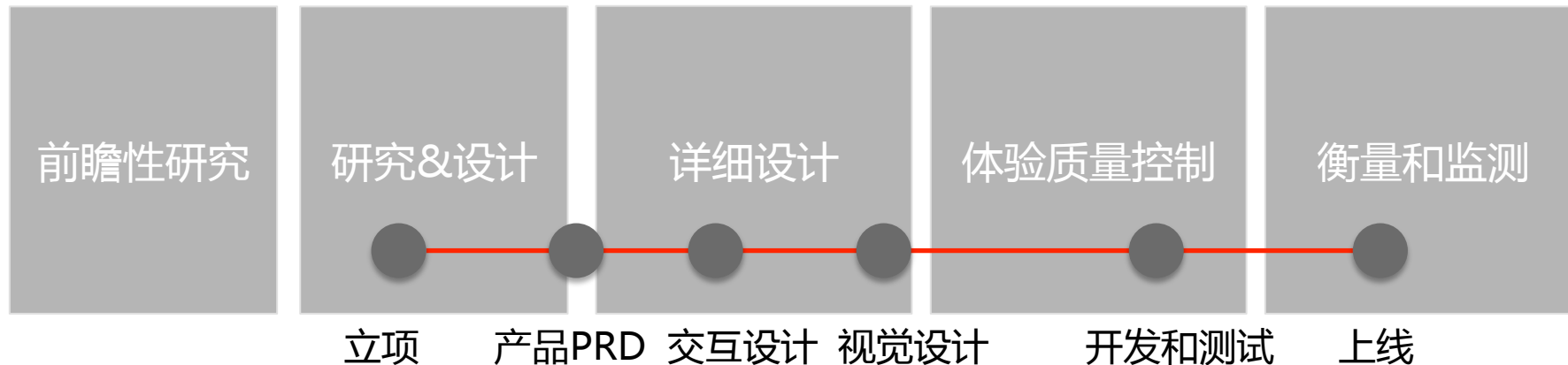


# 用户体验领域，常见的各种职能

用户研究作为基本功，被各种岗位所需要，但是仍然有它的不可替代性



# 用户研究的工作范围



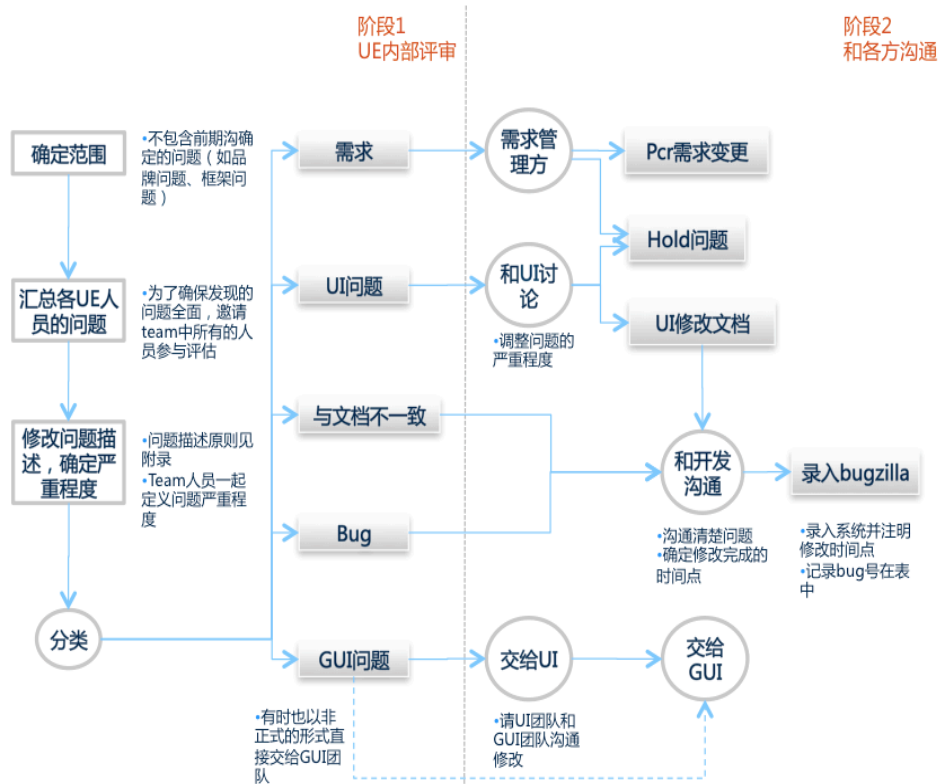
预测性研究，20%+  
**孵化出更多的创新机会**

不怕错，企业里面的排头军  
创新文化的引领者

开发周期内，日常工作80%-  
**保证核心的点不被妥协，保证一定的体验品质**

找对节点，用最适合的方法  
沟通灵活，凝聚团队往体验目标走

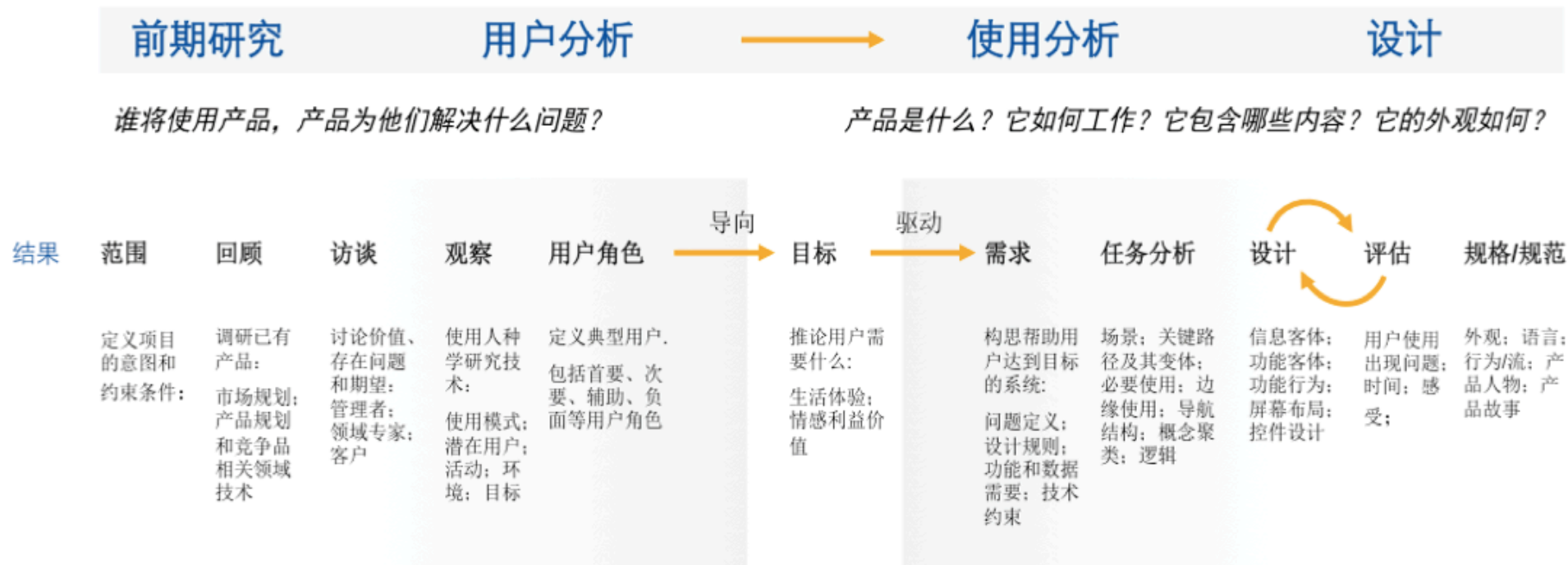
# 开发周期内 - 一个实践案例



模块	问题	类型	建议	BUG号	状态
Ereader	竖屏下, 添加书签图标位置与部分书籍名称重叠了	GUI	提交模块bug 需GUI输入	<a href="#">Bug_65828</a>	CLOSED FIXED
Ereader	测试中, 添加书签完成率低。添加书签功能不易被发现。建议点击“添加书签”图标后, 图标点亮且变大, 以示可以拖动	UI	提交模块bug 需UI输入	<a href="#">65842</a> <a href="#">[SEC]</a>	CLOSED FIXED
Ereader	PDF放大超出页面后应没有灰边	与文档不一致	提交模块bug	<a href="#">Bug_65854</a>	CLOSED FIXED
shell	四个应用, 返回机制错误。从四叶草拖入后进入应用后, 需要能进入各个应用的list, 而不是直接退出四叶草。如在四叶草播放音乐, 拖动放大进入全屏应用的nowplaying界面, 当前实现无法从nowplaying界面跳转到songs、artist等界面去选歌。	请follow UI设计 提交模块bug		<a href="#">Bug_54164</a>	CLOSED FIXED
music	My favorite的编辑状态下拖动歌曲移动位置时, 预插入的目标位置在视觉上无提示	GUI	GUI已经给图, 提bug。20日之前不修改	<a href="#">Bug_54087</a>	NEW
music	歌曲列表中, 且出现了以汉字“-”开头的歌曲被排在数字符号(123)栏;	与UI文档不一致	修改, 提交bug	<a href="#">65915</a> <a href="#">[SEC]</a>	CLOSED FIXED
photo	图片翻页, 需要支持回弹效果, 即向左、向右移动一张图片, 在移动一段距离看到前或后一张的照片时, 手指仍然可以回拖回到该图片	touch专项	修改	<a href="#">61557</a>	CLOSED FIXED
photo	“播放幻灯片”这个Popover的设计, 将主要操作(确定)设计成标题了。“播放幻灯片”按钮的名称及位置容易被理解成标题, 建议语词修改成“自动播放幻灯片”。	与UI文档不一致	修改(需要GUI出图)	<a href="#">Bug_65919</a>	CLOSED DUPLICATE
Photo	编辑下的选择操作名称统一为“全部选择”和“取消全选”	与文档不一致	修改(UI)	<a href="#">Bug_65920</a>	CLOSED FIXED
	在全屏播放下, 点击视频区域, 依次出现Header				

对用户研究从业者的要求: Put People First! 充分沟通  
 (不仅仅对用户, 还有团队, help them make technical decision)

# 开发周期内 – UCD( User Centered Design)流程



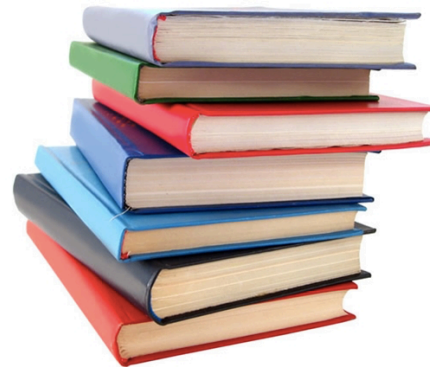
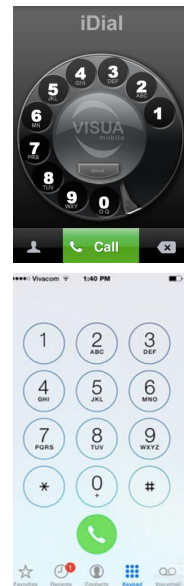
VB语言之父Alan Cooper 在他2003年《软件观念之路: 交互设计精髓》中提出的目标导向设计流程



# 开发周期内 – UCD( User Centered Design) 的用户目标导向

最终如何达到目标（使用目标），而不是如何完成任务（不要被现在的解决方案绑架）  
创造和定义体验目标

随着技术的变迁，改变  
表达形式

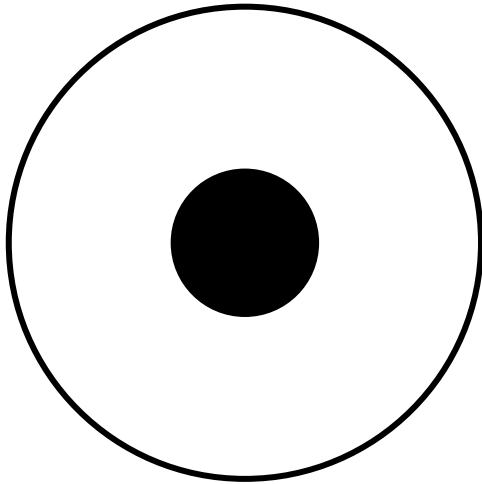


## 任务的扩展

- 读书 - 存储、阅读视觉（字体、亮度）
- 笔记、标注、分享
- 个性化推荐，购买更多相关书籍

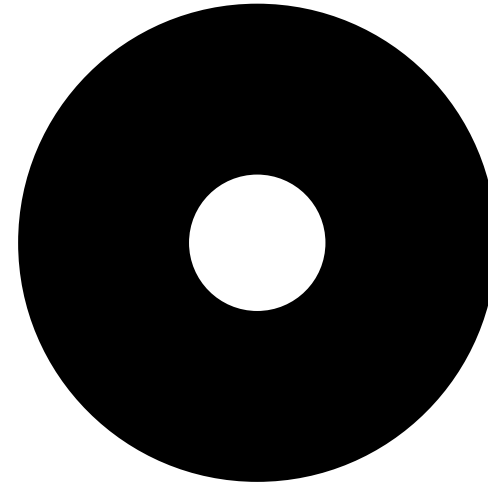
# 内 VS 外

分析



不确定 -> 确定

探索



确定 -> 不确定 -> 机会

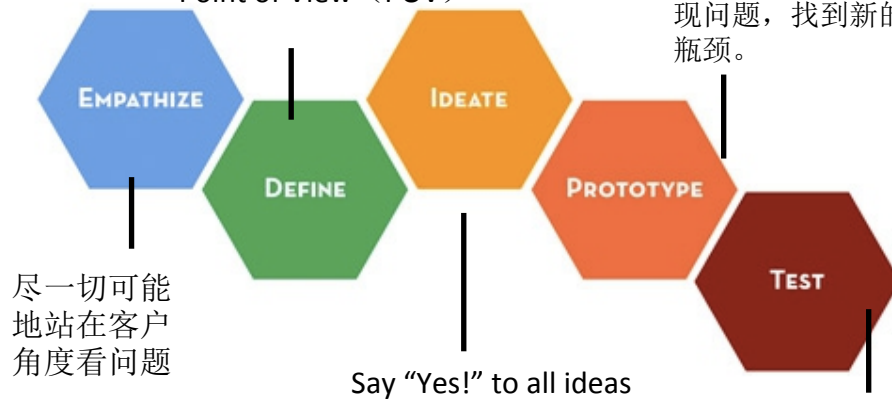
# 开发周期之外 落地都是Design

## Design Thinking

## 对照 Analytical Thinking

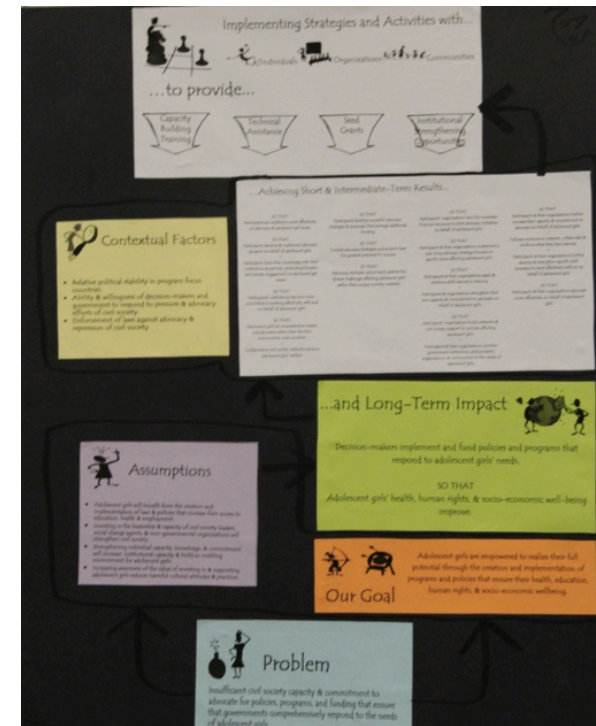
Problem Statement来阐述一个 Point of View (POV)

Prototype除了做产品原型之外，还强调的是要在这个做原型的过程当中发现问题，找到新的可能出现的问题或瓶颈。



<http://www.zhihu.com/question/21481878>

## Service Design



# 开发周期之外 落地都是Design

Design Thinking

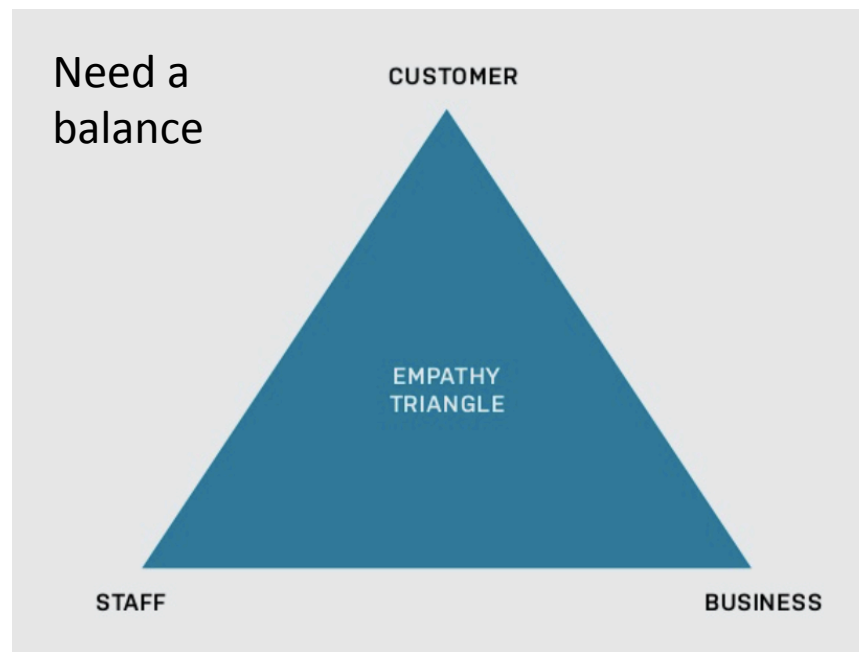
<http://www.zhihu.com/question/21481878>

Service Design

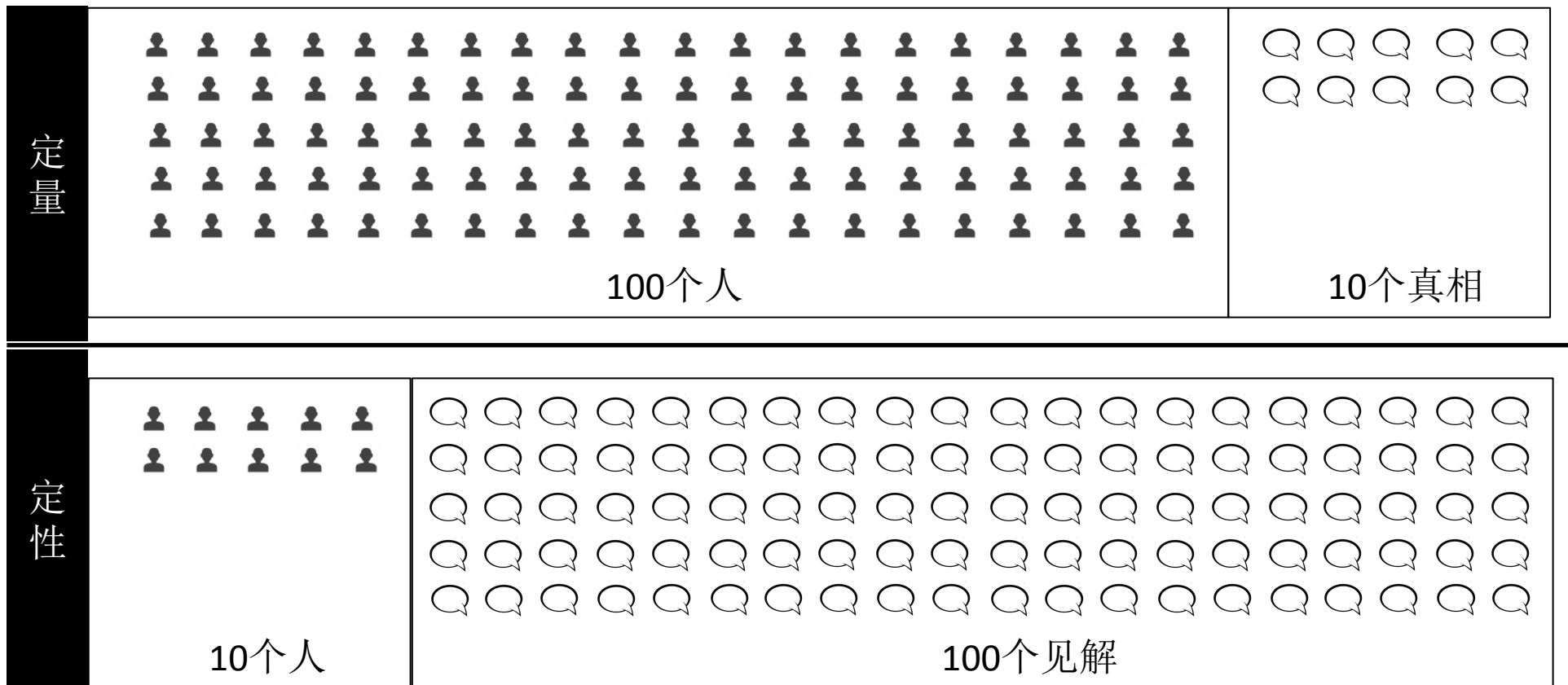
和UCD的区别

- 1) 服务（无形） > 产品（有形）
- 2) 服务是共创的结果
- 3) 关注点不仅仅在最终用户上，还有提供服务的各个环节方的体验
- 4) 需要时间
- 5) 多渠道（offline + online）体验
- 6) 更复杂的人际关系

互联网的服务设计：把最终用户当做有价值的生产性资产。  
而不仅仅是终端产品的匿名使用者

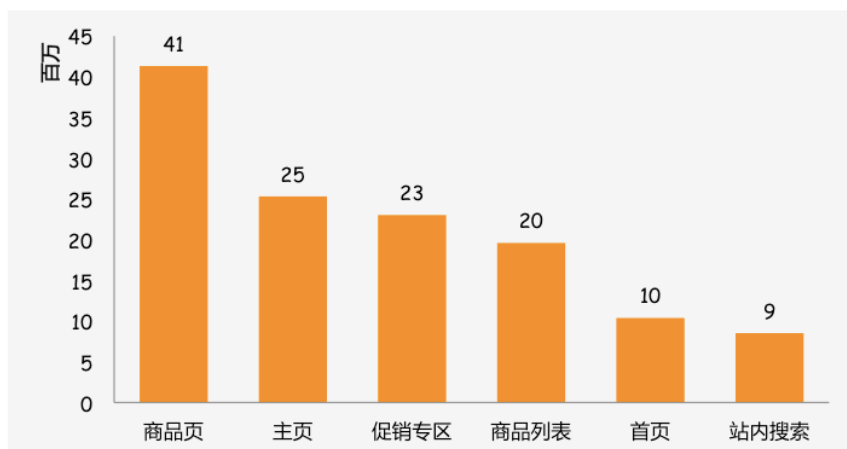


# 调研：和人的交流两种方式 - 现状（定量研究）和洞见（质性研究）

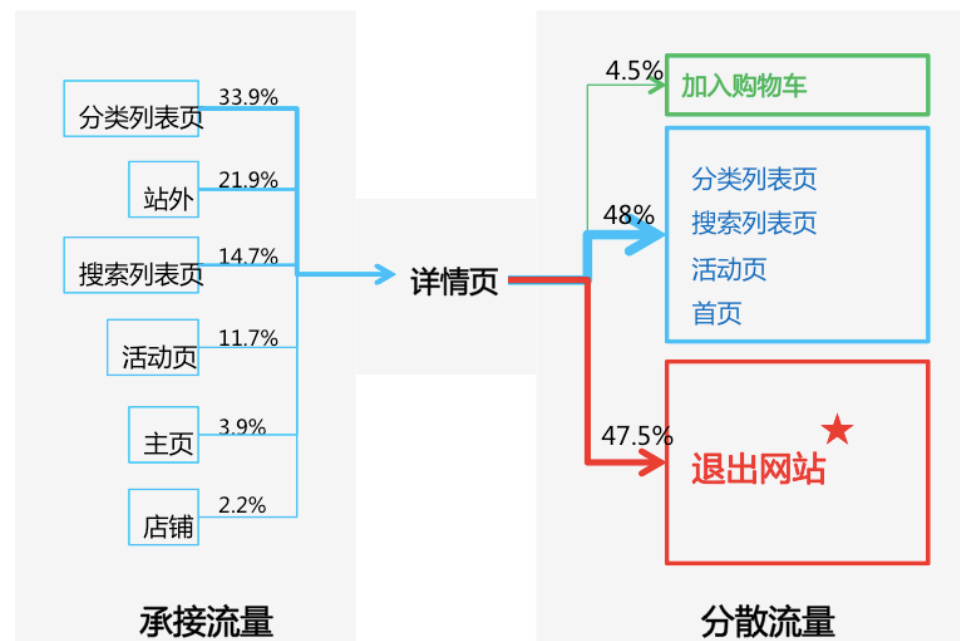


# 定量的研究 - 定位问题和验证

案例：从数据上可以看出问题商品详情页，跳出率高

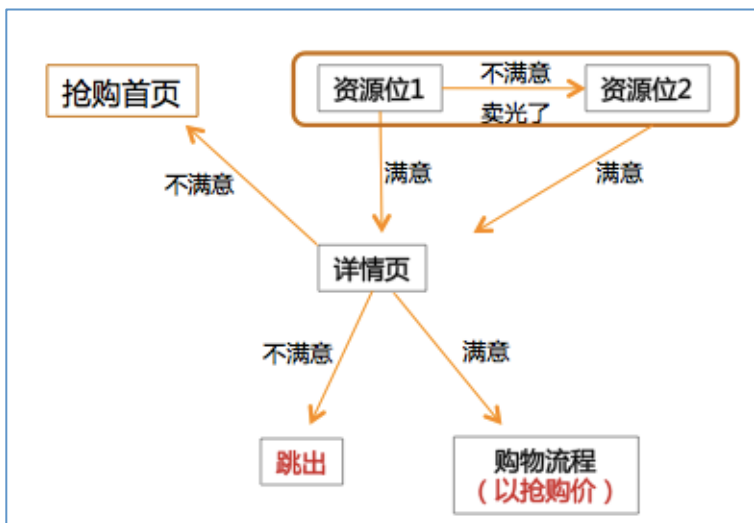


也可能发现机会：站内搜索的退出率低

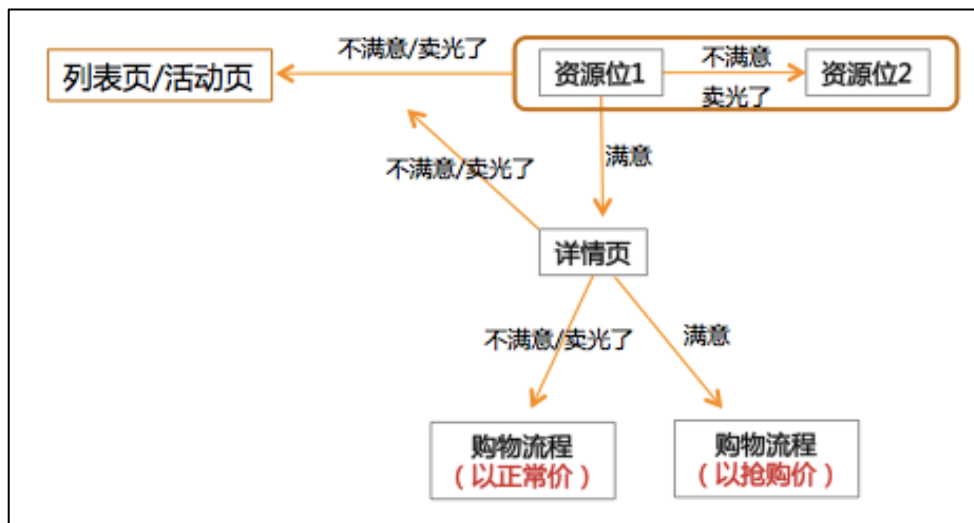


# 定性的研究 - 1) 发现原因

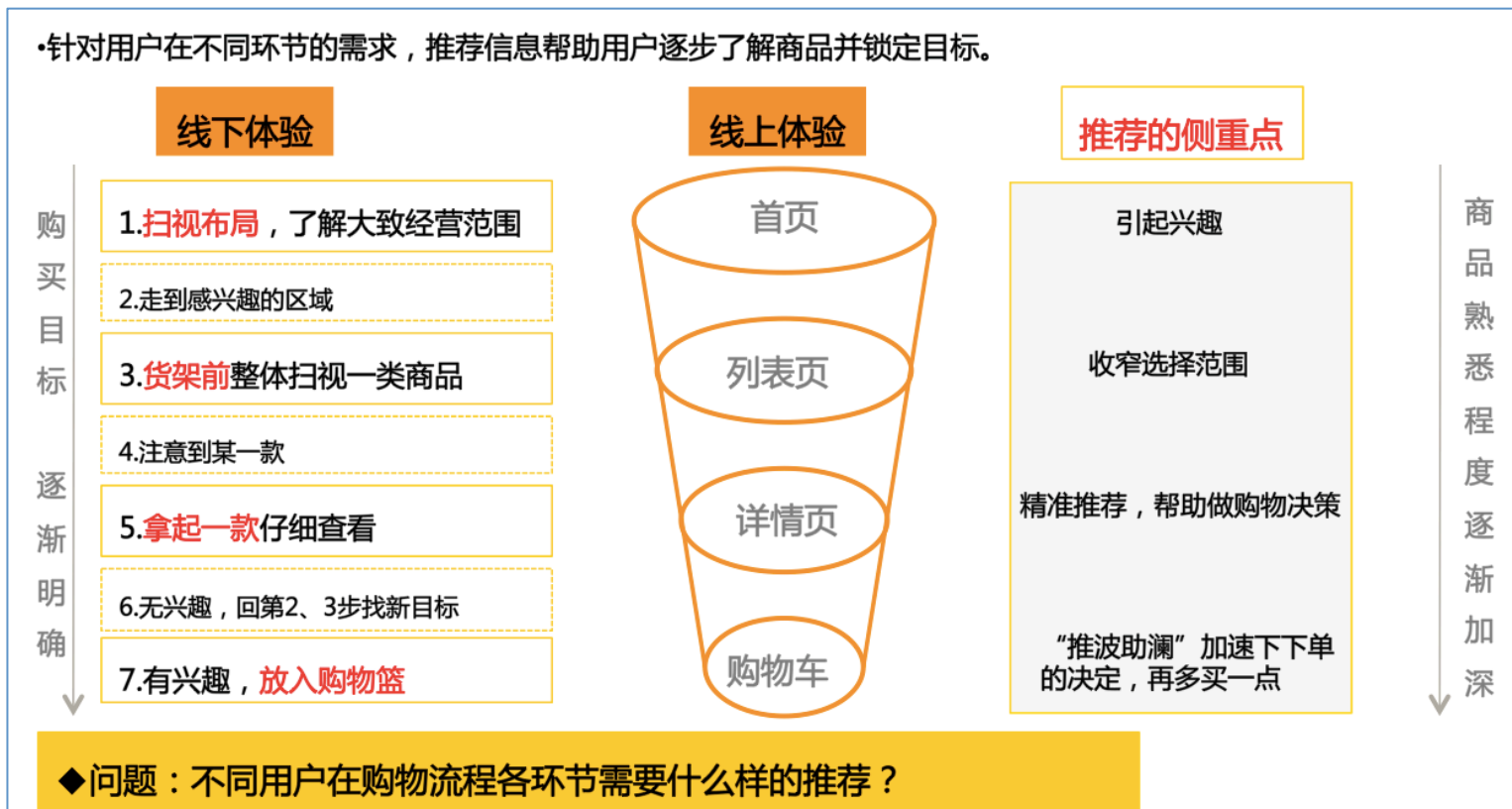
我们的研究对象



竞争产品




# 定性的研究 - 2) 发现更多可能性





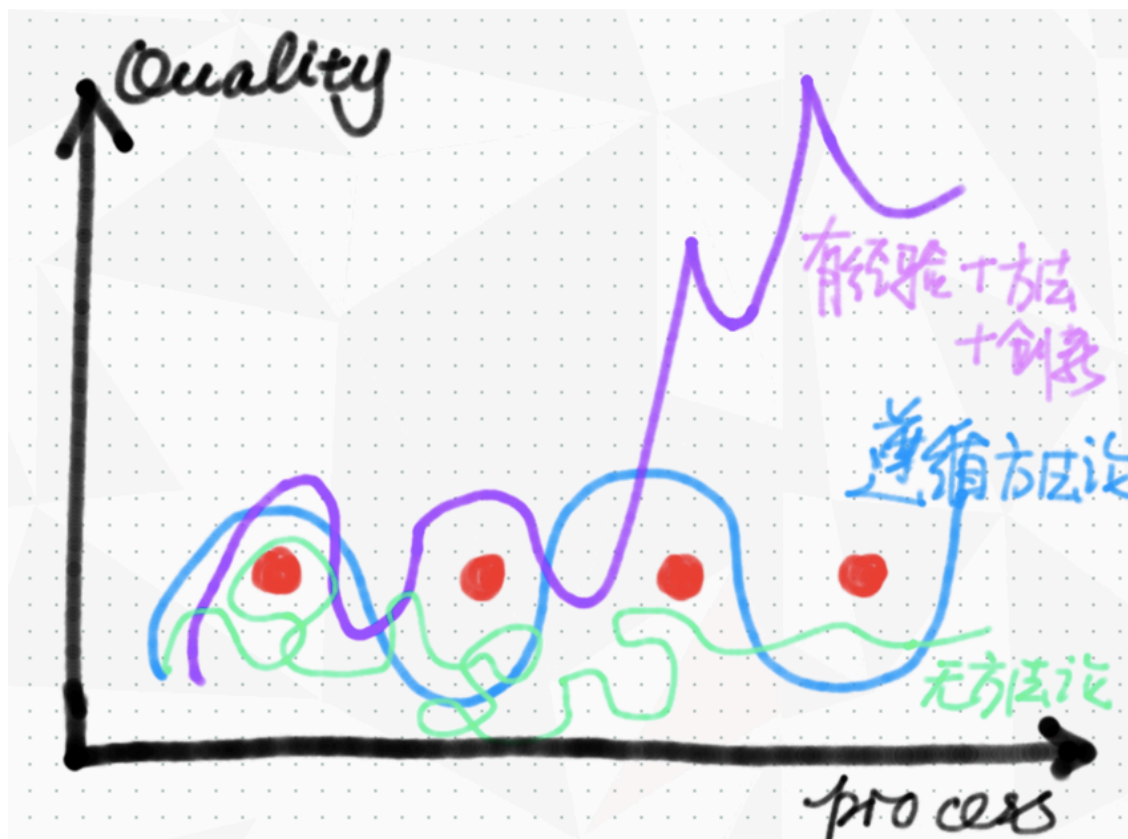
# 定性的研究 - 2) 发现更多可能性

1.详情页	2.Mini购物车	3.成功加入购物车-新版	4.购物车结算
			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>•补充购买</li> <li>•捆绑销售</li> <li>•同类替代</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•推荐关联商品</li> <li>•推荐小额、日用品等可囤积商品</li> <li>•推荐满减、凑运费等凑单商品</li> <li>•关联购买的促销商品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•不做推荐</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>•不推荐同三级品类商品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•不推荐价位高、需要过多比较权衡的商品</li> </ul>	

# 研究方法论

## 为什么要方法论

有经验的人不拘泥于方法论，但是对于外行和新上手的人，方法论帮助他们快速达到他们的目标，未必产生惊艳的设计，但是已经比大多数人做得好了



# 洞见的层次和收集方法

## 人们说/做了什么 ASK

- Camera Journal
- Card Sort
- 访谈
- 群体访谈
- 日志
- 问卷
- Cultural Probes
- 各种行为数据
- Extreme User Interviews
- Five Whys?
- Foreign Correspondents
- Narration
- Surveys & Questionnaires
- Unfocus Group
- Word-Concept Association

## 我们看到了什么 LOOK

- Behavioral Archaeology
- 观察
- 亲身体验 (神秘客)
- Guided Tours
- Personal Inventory
- Rapid Ethnography
- Shadowing
- Social Network Mapping
- Still-Photo Survey
- Time-Lapse Video

## 意味着什么 WHY

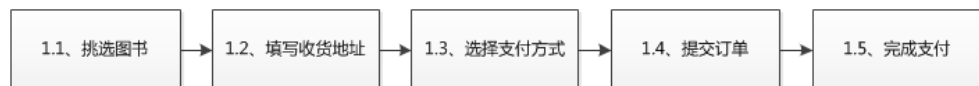
- Affinity Diagrams
- 探查工具 (借助图像、图标、草图帮助人们描述他们的内心世界)
- 事件时间轴、服务里程、用户体验地图 (本次讲座互动主题)
- 方法目的链
- Historical Research
- Long-Range Forecasts
- Secondary Research

## 尝试 TRY

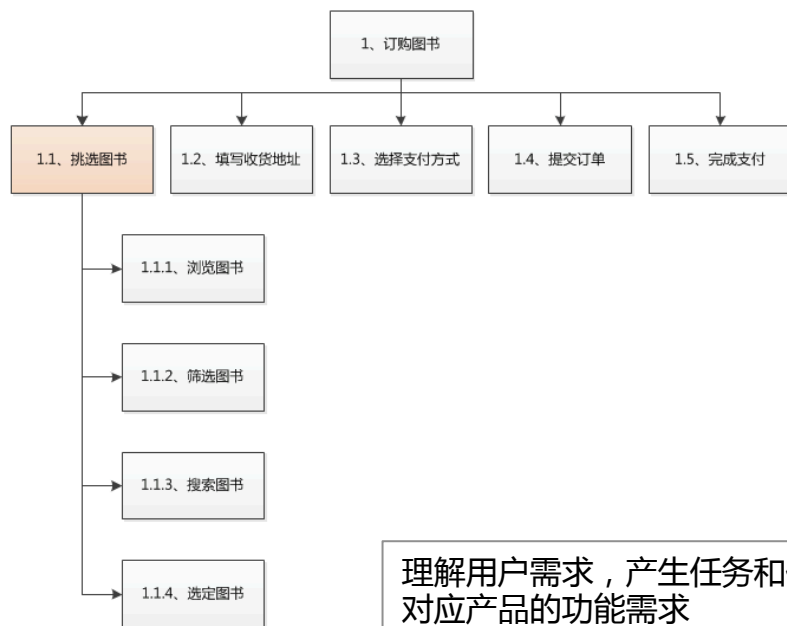
- Be Your Customer
- 场景/故事板
- 工作坊
- 各种保真程度的原型
- 设计验证
- Paper Prototyping
- Predict Next Year's Headlines
- Quick-and-Dirty Prototyping
- Role-Playing
- Scale Modeling
- Scenarios
- Scenario Testing
- Try it Yourself

# 用户体验地图 前身

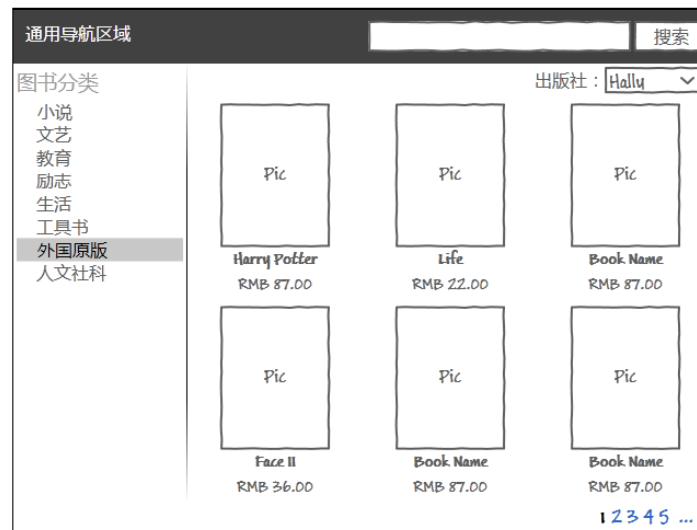
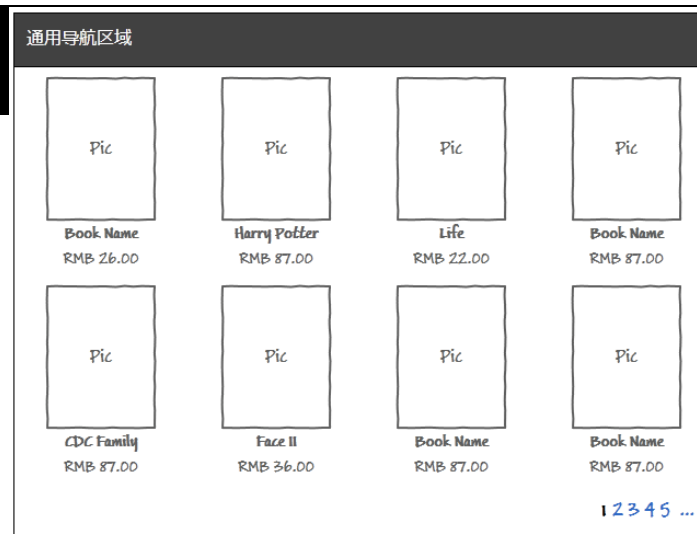
任务分析：从“用户体验”角度画流程图



通过不断明确用户、目标，来调整任务，根据任务来设计产品



理解用户需求，产生任务和任务的分解，对应产品的功能需求

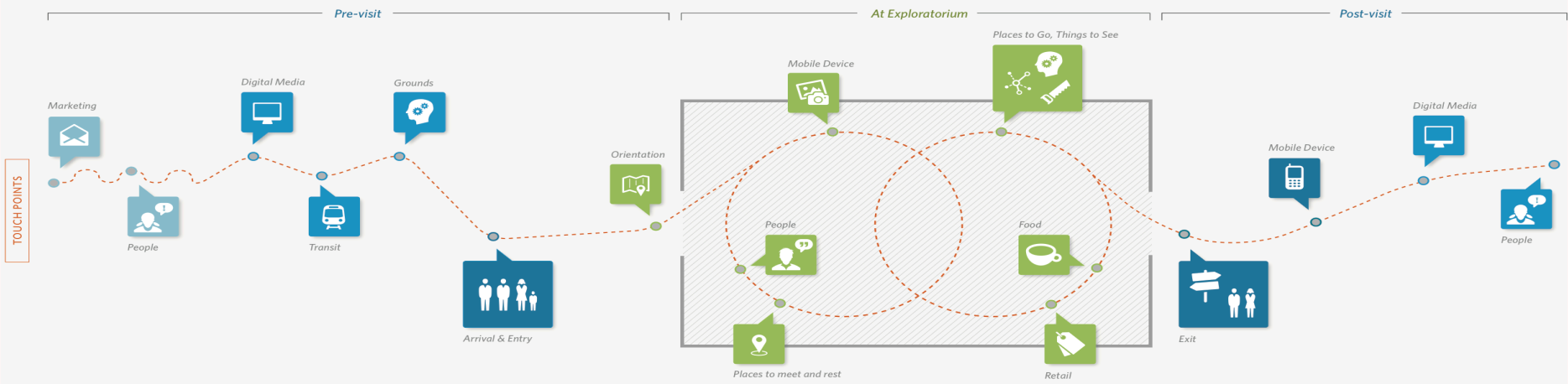


# 用户体验地图（范例）

## Exploratorium Visitor Experience Map

Where do you support the paths of different visitors?

exploratorium  
map by adaptive path



	GET THE IDEA	PLAN THE DAY	GET INSIDE	DO THE MUSEUM	WHAT'S NEXT	RETURN TO LIFE
<b>Local Adult</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Rents a Zipcar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Needs to meet friends there</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seeks alcohol</li> <li>Buzzed and wants munchies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wants to continue social activities for the night</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plans another date</li> </ul>
<b>Tourist</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Discovers Exploratorium on travel site</li> <li>Discusses with hotel concierge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plans day around visiting multiple tourist destinations</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Feels pleased at the depth of the content</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seeks spot to rest and recharge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reviews on Trip Advisor</li> <li>Crashes in hotel</li> </ul>
<b>Hispanic Family</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Heard about Exploratorium on Univision</li> <li>Unsure if it's the right place for them</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Talks with family about going</li> <li>Learns about Spanish options</li> <li>Considers cost deeply</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asks about Spanish support</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Needs to keep family together, old and young</li> <li>Pleasantly surprised that translation is free</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gathers the troops</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Shares photos with family</li> </ul>
<b>Member Family</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Is triggered by fond memories</li> <li>Receives Exploratorium communications</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Looks up member benefits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seeks special member check-in or benefits</li> <li>Wants to skip line</li> <li>Feels extra frustration with crowds</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Feels pride and belonging</li> <li>Looks for favorite exhibit</li> <li>Feels frustration if it isn't there</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Feels proud of San Francisco</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wants to get more involved</li> </ul>

VISITOR KEY MOMENTS

# 用户体验地图 是什么

LEGO

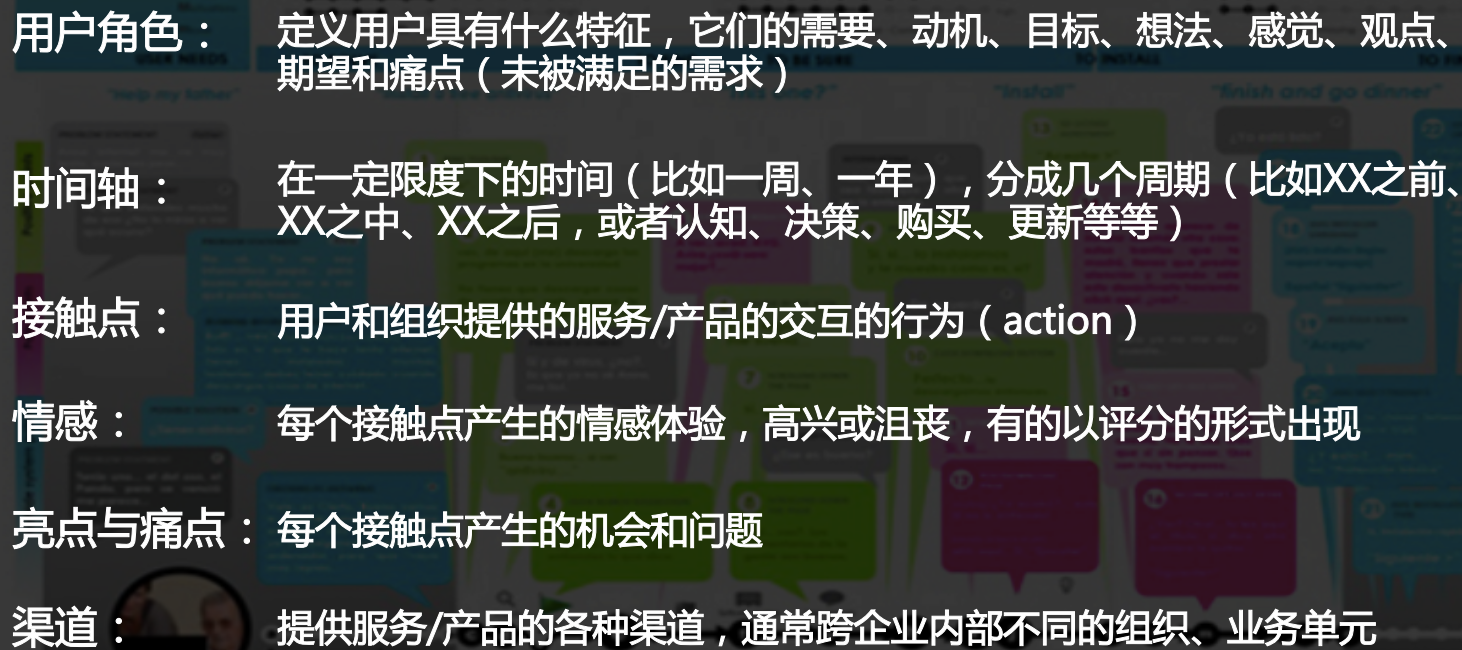
Designing the Experience - Example WOW

- 一种可视化思维的方法
- 帮助研究员聚焦事情是 **怎么被体验** 的，而不是如何被实现的
- 跳出思维的限制（尤其在企业部门内部，跳出画面看画）
- 帮助启发新的发现、机会、**Idea**
- 团队协作的工具



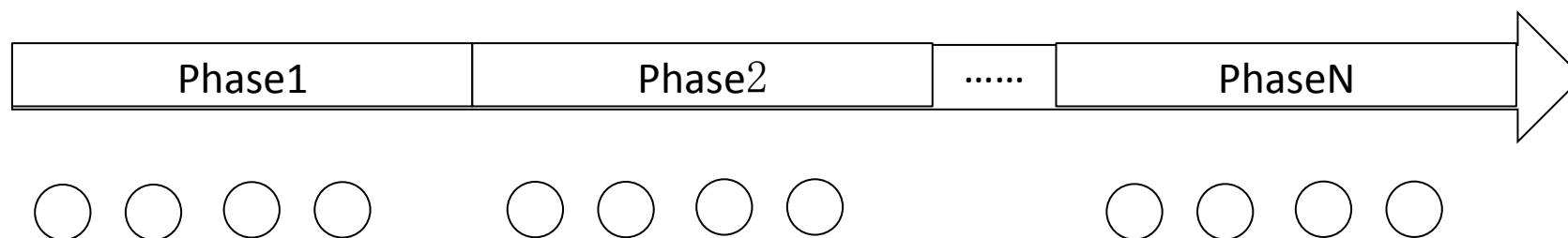
- Use the Experience Icons:
  - How can this be a positive experience?
  - Make or break moment - what can we do to make sure consumers come back time and time again
  - Where do we need data to help deliver the experience?

# 用户体验地图 通常包括什么

- 
- 用户角色：** 定义用户具有什么特征，它们的需要、动机、目标、想法、感觉、观点、期望和痛点（未被满足的需求）
- 时间轴：** 在一定限度下的时间（比如一周、一年），分成几个周期（比如XX之前、XX之中、XX之后，或者认知、决策、购买、更新等等）
- 接触点：** 用户和组织提供的服务/产品的交互的行为（action）
- 情感：** 每个接触点产生的情感体验，高兴或沮丧，有的以评分的形式出现
- 亮点与痛点：** 每个接触点产生的机会和问题
- 渠道：** 提供服务/产品的各种渠道，通常跨企业内部不同的组织、业务单元

## 互动练习1 (30分钟)

分组讨论：按照下面这个模板，把在“披萨店就餐”的Timeline上的每个阶段、过程、触点画出来Touchpoint



**Touchpoint:** 用户和产品/服务产生交互，并是TA对产品/服务有认知的结果的活动

- 物理接触点 (Physical Touchpoint)：设备
- 数字接触点 (Digital Touchpoint)：设备的界面
- 人际接触点 (Personal Touchpoint)：提供服务的人



# 用户体验地图 绘制之前通常有哪些工作要完成

收集用户需求的常规方法，比如

- 观察、行为研究、访谈 调查问卷
- 也不限于其他研究方法，如竞品分析

Interview = Inter + View

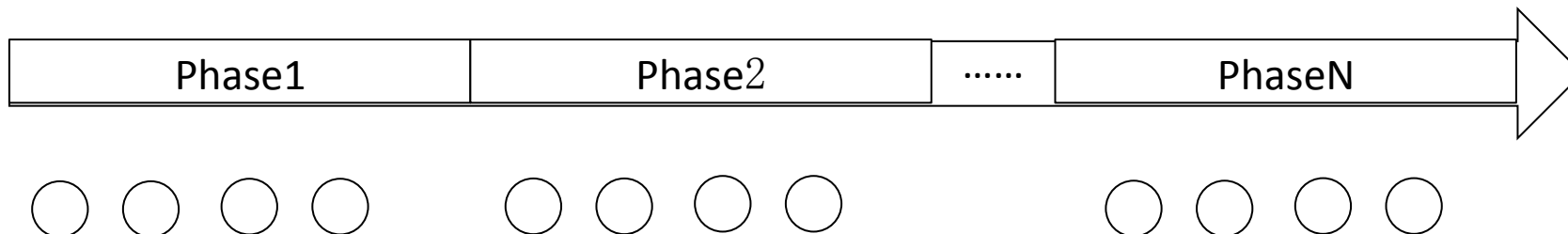
练习点

- 1、确定研究目的和范围，准备一份访谈大纲（包括时间分配）
- 2、访谈中注意倾听而不是引导
  - 少说多听，揭露、学习自己不知道的事情
  - 多准备开放式问题
  - 让对方多讲故事，而非结论
  - 麦肯锡嘀咕“明白”、“了解”，而不是“嗯” - 积极互动
  - 有条理的复述答案，确认你是否理解正确，给对方补充的机会
  - 适当留白：给与对方思考的时间
  - 判断是否偏离主
- 3、访谈后总结

## 互动练习2 – 访谈（30分钟）

通过访谈，收集每个Touchpoint上的故事

- 用户的行为
- 支撑这个行为背后的原因、动机、需要
- 行为的结果，情感反应、评价



---

Action(What)

---

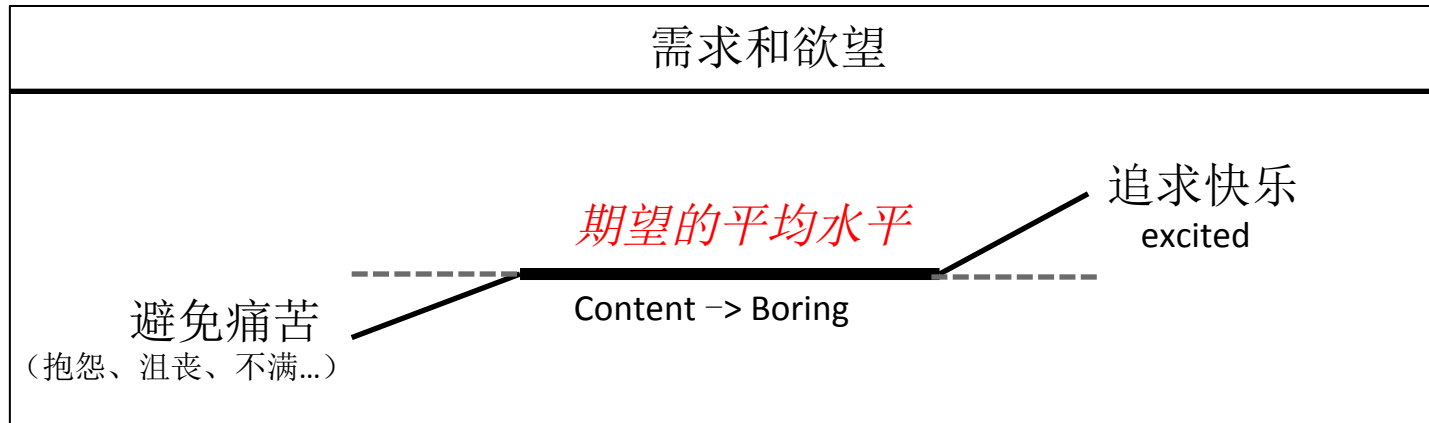
Why & How

---

Evaluation

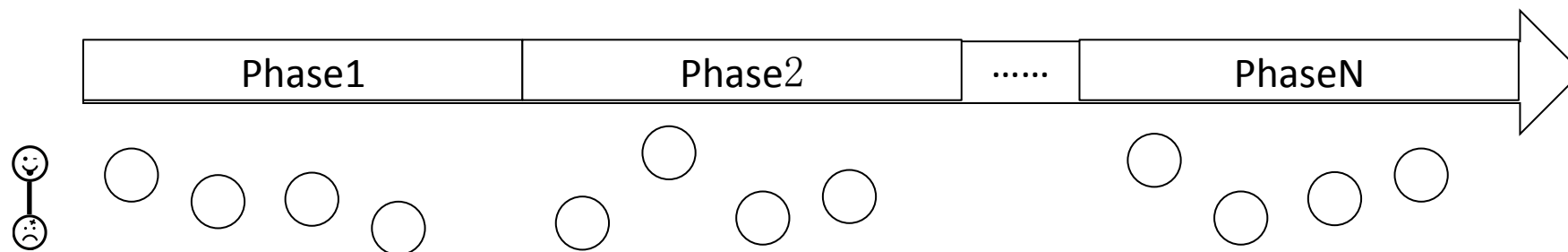
# Painpoint & Highlight

“Pain point” is the business term for **emotion**, and emotion is a term that leads to business conversions.  
最早来自于销售人员的术语，让客户缓解“疼痛”而花钱购买服务/产品



## 互动练习3 (30分钟)

提炼和脑洞打开



---

Painpoint

---

Highlight

---

Opportunity

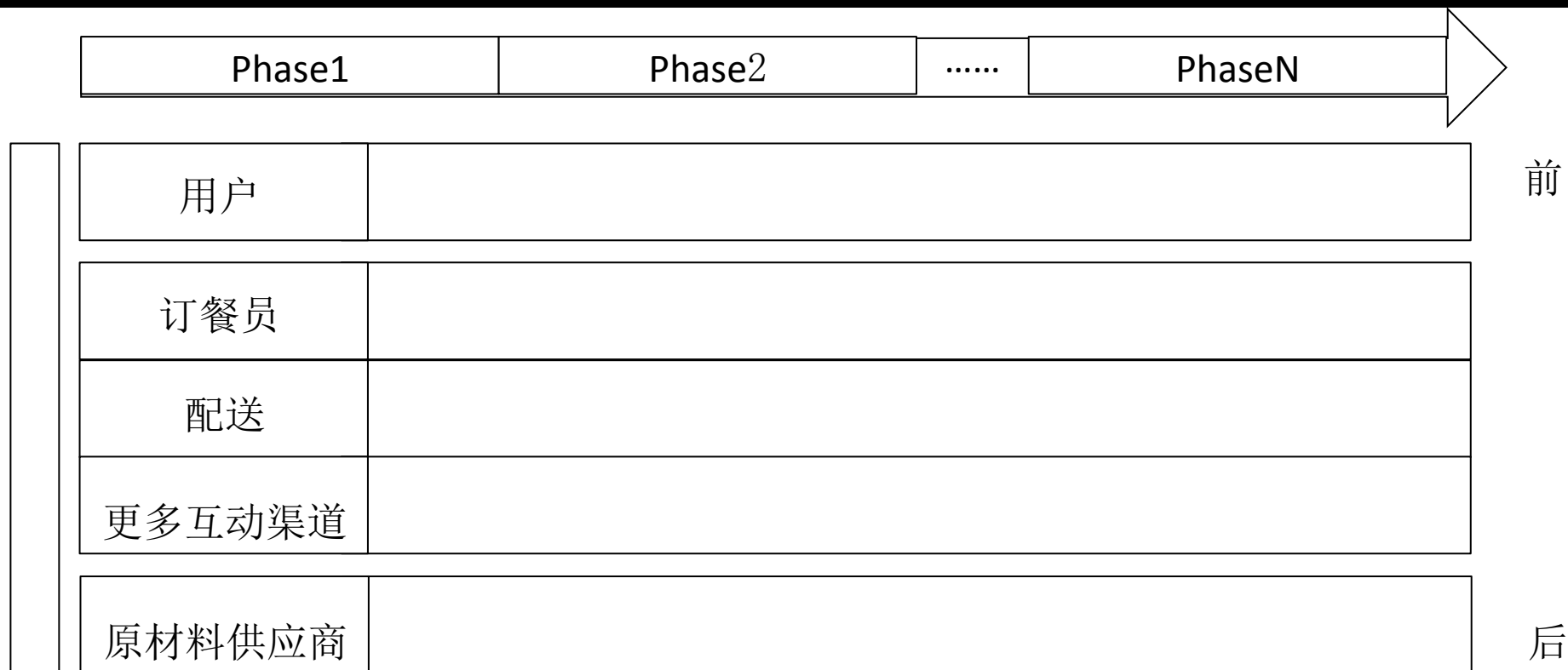
重组参与者之间的合作方式来产生新的服务概念？

# 总结

- 用户体验地图特别适合线上-线下的一体化设计，不受产品（工具/渠道）限制，从服务的角度出发
- 没有一张用户体验地图是一样的
- 注意地图的边界，不是越复杂越好
- 是思考梳理的工具，不是目标，有效产出永远是指向方案的机会和Idea
- 不要被新出现的名词干扰（比如Blueprint、生态图、用户旅程图）。不同类型业务（to C、to B）的需要，会有差异。初学者仍要从基本功练习（如任务分析）。

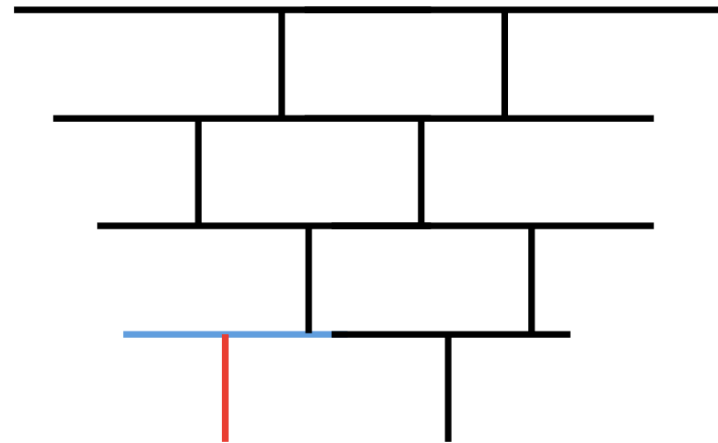
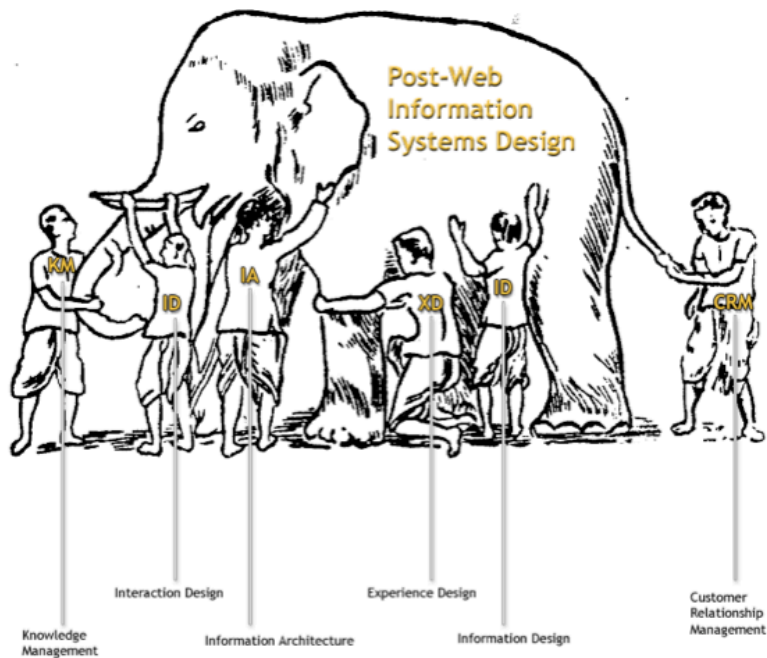
通过“用户体验地图”，帮助研究人员从研究到设计创新

## 重要补充，研究人员要在业务上有更多的积累



理解后台设计对于前台体验的促成和影响，才能提出有建设性的建议

# 职业发展建议：盲人摸象和T字型专业培养



找好你的起点，但记住这不是你的唯一，也不会是你的终点  
支点越多，你的“横线”越扎实、越长  
不断反复，不断生长，你的T终究会成为一面墙、一座房  
有的人从这个支点起，有的人从那个支点起，我们只是开始得不一样而已  
所以，不和别人比，对自己要有些耐心

# UXREN【用盐很咸】小组介绍

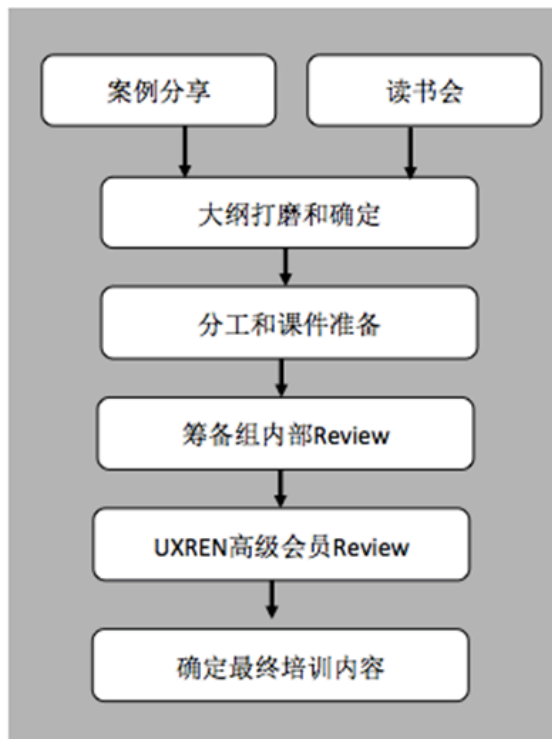
## 一、使命Mission

1. 创造互助、交流氛围，让从业者有一个可以提升自己的地方
2. 提高从业者对专业/职业发展的自信度、满足感

## 二、任务Task



## UXREN培训内容制作流程



## 学生训练营QQ群

### 咨询 & 报名



扫码加入QQ群  
4197 49732

“PRACTISE” 打包训练

<b>P</b> 职业入门培训 Professionals basic	<b>RA</b> 简历指导&面试模拟 Resume & interview Activities	<b>C</b> 职业导师咨询 mentor Consulting
<b>T</b> 工具技能 Tools skill	<b>I</b> 实习推荐 Intern Recommendation	<b>SE</b> 共享文档 Sharing E-books