

图书基本信息

书名：《U一点·料》

13位ISBN编号：9787111512227

出版时间：2015-7-13

作者：阿里巴巴集团 1688用户体验设计部

页数：278

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

内容概要

《U一点·料——阿里巴巴1688UED体验设计践行之路》是1688UED团队历经多年实践之后的心血之作，书中以“道 术 器”的思路为编排脉络，从设计观、思考体系、方法论上层层剖析，将零散的行业knowhow串成体系，对“UED如何发展突破”提出了自己的真知灼见。该书重实战、讲方法、求专业、论文化，是一部走心的诚意之作。

本书作者从美工到用户体验设计师，从感性随意到理性思考，从简单的PS做图到提升商业价值，用真实案例详细描述、分享了这个创新群体在沉淀“用户体验”的深刻本质与构建“体验设计”专业架构中形成的思考体系（Think-flow）和 workflows（Work-flow），创造性地梳理出“五导家”的方法论，并以通俗易懂的故事的形式展现在书中，让读者如亲身体会这个专业团队的技术和文化，这对所有设计师来说都是极有价值的思考模板与行为参考。

本书获得了阿里巴巴集团、设计行业协会、设计同行、高校、企业高管等多方认可和诚意推荐。

作者简介

阿里巴巴中文站（1688.com）UED，也称1688UED，花名“U一点”，成立于1999年，历史悠久，底蕴深厚，是阿里巴巴集团最为资深的用户体验设计部门之一。

在“让天下没有难做的生意”的使命感召下，1688UED一直伴随着阿里巴巴B类业务的丰富与发展，我们致力于通过不断提升自己的专业能力和职业能力，持续为业务进行卓有成效的贡献。我们视用专业技术帮助业务成功为目标、视为用户提供最优秀的业务体验为己任。极致的设计产出是我们的执念，享受设计中的快乐与成就亦是我们的追求。

U一点，快乐、极致，我们都有一点点。

U一点，相比昨天的自己，我们每天都优秀一点点。

U一点官方博客：<http://www.aliued.cn>，<http://www.1688ued.com>

U一点新浪微博：<http://weibo.com/aliued>

书籍目录

目录

阿里巴巴1688UED (U一点)

嘉宾推荐

推荐序一

推荐序二

前言 既赶路，也感受路

01 我们的设计观汪方进// 1

02 五导家——设计师的Think-flow李龙// 4

03 设计的理性之光——数据在互联网产品设计中的应用戴均开、余代军// 25

04 “DesignO2O”——打造触动人心的设计张群、蒋黛炜// 42

05 交互设计师说话之道——交互输出物再思考巫俊岚// 55

06 随身查阅的B类电商APP动效设计指南舒舟// 76

07 Sketch+Keynote双剑合璧：五步快速制作APP动效舒舟// 101

08 营销设计的立体化思维与表达杨真、卢俊// 116

09 你画我懂——从语义识别到图标设计方芳// 139

10 字体设计之移花接木王超 // 147

11 动静有法，行之有效——Web动效研究与实践张勋// 155

12 传递数据背后的故事——图表设计刘颖、郭楠// 171

13 让你的产品鲜活起来——产品卡通形象设计初探糜竹影// 195

14 B格的抽象与应用何成龙 // 209

15 追寻设计的源头——单页面信息层次检测方法屠钰钦// 214

16 流动法则与响应度量——1688网站的响应式设计何玉婵// 224

17 不让你离去——客户情感维系设计手段经验谈郭家宏// 244

18 快乐是极致的土壤尹欢密// 252

19 如何做好UED团队的HRG——GAPS!地图工具实践种传恩// 274

精彩短评

- 1、汇集了1688UED团队历年来对B类用户体验设计的认知与探索，值得一读！
- 2、一直在寻找脱离空泛的理论和工业设计实例的互联网交互设计书籍，本书完美的贴合了我的诉求，作者结合互联网设计的案例，将交互设计的经验和方法娓娓道来，强烈推荐交互设计师阅读
- 3、心血力作~
- 4、总体感觉也是有实有虚，前面的理论部分有些启发，后面有几篇没神马收获，直接跳过了
- 5、阿里巴巴设计团队的经验的积累和案例沉淀，值得关注和购买。
- 6、有实有虚，但皆体现用心。
- 7、不错，提供不少有价值的思路和方法。但是由于要兼容UED的各个方面：交互、动效、视觉、营销、品牌各方面的设计，甚至团队建设和人事管理，所以内容有些零散，文章质量也参差不齐，适合有偏重的阅读。难以成为值得反复阅读的经典，但还是很有收获，赞一个。
- 8、都是实际的案例，有几个案例写的非常好，非常值得看，而且那些作者还能在内网上找到，真好，但也有几篇写的鸡肋。总体来说，值得看，但一定要筛选着看。
- 9、泛读，适合时不时拿出来看看，工具书
- 10、看了前面几章实在看不下去了 你们到底在扯些什么？！？！
- 11、三点五颗星
- 12、集合众多专业设计师的设计心得，非常值得一读，正在学习中！
- 13、整本书比较适合闲暇时翻看，关于讲交互项目流程和交互动效讲解的几章，还是比较详细的。值得一看
- 14、看过了，基本也就是博客和演讲PPT里面抽了一些合成一本书，一个人写一节这样，马马虎虎吧，钱多的可以去买本看看，有点贵
- 15、支持一波
- 16、很阿里范的一本书，又由于本身就是1688部门做to B的业务，所以所讲述的设计内容都与商业和数据有着密不可分的关系。其中“五导家”原则不仅针对阿里的电商业务，对设计师认识团队职责，掌握其他业务目标，服务其他业务都有帮助。从书中可以大概了解电商设计团队日常工作内容和工作方法。对于我影响最大的还是该团队的工作方法，团队的知识的积累、项目的总结和每个设计师对个人提升的意愿。一丝不苟地做事，多思考多总结、反复去做去练习才有提升。
- 17、还不错，很多干货，设计方法，产品设计思路，蛮有启发的一本书
- 18、前面关于交互的部分启发性还是很大的，但是这本书本身属于各个环节的文章合集，所以水平参差不齐，而且缺乏统一的感觉，导致读下来感受不好。媒介从纸质转向电子版，出现了很多不应该出现的问题，例如图片质量低下，例如二维码泛滥（完全可以用链接代替），这些问题不应该出现在体验设计从业者身上的。
- 19、这种书适合放在公司大家一起看...杂且乱，不成体系，捞钱之作啊。
- 20、干货很多
- 21、前面几篇说实话看的很烦躁 感觉就是给你堆了一堆很牛逼的术语表示自己很牛逼 不知道到底想表达什么 后面的稍微好点儿
- 22、像是杂文合集，其中一些篇章些的还不错。鉴于本书的价格和书里的太多废话，3星不能再多了。
- 23、料挺多的，理论讲得很透彻，比起国内其他UED团队的书，还是靠谱了一点。唯一的缺点就是相比起淘宝和天猫团队，1688的实例少了点，本书更适合用户体验设计师和交互设计师看。
- 24、有几个话题还蛮有干货的。
- 25、涉及的知识范畴很全面，阿里巴巴不愧是一个大企业！
- 26、...
- 27、借了一本，没有全部细度..大部分很实用,想买一本
- 28、读了这本书，文章中的方法案例很实用，对于工具案例的解读很结合实战，输出规范很全面，数据打点也普及给了设计师，建议读者细心读之。
- 29、结合实践收获更棒
- 30、很好！团队干货分享！

- 31、虽说有几篇的写作水平有待提高，而且整体编排似乎也有些不知所措，个别内容有疑似重复的现象。有点烦里面很喜欢用一些三字母缩写词，而且从头到尾都不注释。但大部分都是工作实践总结出来的经验之谈，而且分析透彻，很值得学习。自己遇到问题的时候可以翻出来帮助理清思路。
- 32、「登录」写成「登陆」；图基本都是糊的，看都看不清；里面的二维码链接全都打不开；可能有很多商业秘密，很多案例不深谈，说了等于没说...去看看博文即可。问了官微是否会出电子版，回复说绝对不出，然而半个月后就上线电子版...
- 33、阿里的书果然不错。不枯燥，读起来蛮轻松的。最重要的是确实有干货。
- 34、实用性挺强，看过那么多团队写的比较有感触的一本
- 35、阿里巴巴UED团队是日常设计心得。简单实用，干货不少。
- 36、理论与案例紧密结合，清晰易懂，值得学习！
- 37、有点屌
- 38、实在
- 39、真的有點讀不進去。。。。
- 40、交互设计 方法论

精彩书评

1、阿里是国内最早开始重视用户体验的公司，阿里1688UED部门则是阿里最早成立的用户体验部门，积累深厚。书中的每一位专家分享的观点、技巧和方法都是经验之谈，值得阅读和借鉴。每一篇文章都写得很用心，体现了阿里人认真严谨的精神。此外，值得一提的是，本书全彩印刷，用纸和印刷工艺都很赞，值得收藏。

2、书中有许多真知灼见的观点，感觉挺受益的。写书实乃耗心血之事，感谢阿里设计师们的分享。

3、五导家-----设计师的Think-flow本书提供了一种不仅仅是设计师的一种工作方式，同时也提供给分析师一个分析问题的思维，对个人今后数据分析和产品设计在思维上很大大的帮助，收益颇深。甚为感谢！关于五导家的框架，个人就重点简要描述如下：1、五导家的定义五导家是一种关于设计工作思考过程的方法论，包含一个以目标用户为源头的五步骤思考路径，以及相关的方法和原则。2、五导家的作用和价值五导家的初衷即是希望团队里的设计师能借由基本思考过程的不断成熟而变得更加专业而强大。3、五导家的底层设计世界观决定方法论，要谈设计的方法论，必先明确设计观。书中提到对于设计团队来说，最关键的问题是在所处环境中我们的使命和任务是什么。1688UED的负责人汪方进对设计师团队的使命和任务做了定义如下：在公司中作为职能部门的UED团队，需要站在用户的角度思辨业务，通过服务内部客户进而服务我们的最终用户，用设计专业帮助业务成功，与业务一起成长。4、设计目标用户体验目标并不能等同于设计目标，只代言用户并不是设计师的价值，设计师面临的是更负责的情况，需要考虑更多要素，做更多的事情。5、五导家步骤说明第一步：明确业务诉求完整而明确的业务诉求划分为了四个部分：1) 精准定位的目标用户（市场划分）、2) 主张为目标用户带来的核心价值（对目标用户的实用意义）、3) 价值的变现方式（收入模型）、4) 价值的实现策略（主要落地办法）。第二步：洞见用户诉求洞察用户诉求包括三部分内容：1) 场景故事（目标用户的特征、情境、任务、诉求、行为、说法、结果等）；2) 用户当前的主导诉求；3) 用户的潜在诉求。第三步：定义业务目标，聚焦设计目标完整的目标用户价值、完整的价值实现策略、完整的价值变现方式。这三方面可以概括为：业务目标={用【某策略】给目标用户带来【某价值】，以实现【某变现方式】}。第四步：设定衡量设计目标的数据指标任何事物和现象都是可衡量的。遵循“VSM”的推导思路，所谓VSM是指从Value到Signal再到Metric，具体含义为，一旦设计目标中的设计价值得以实现，就一定会有相应的现象发生或信号出现，而有了现象或信号，根据上面的理念，我们就应该能够找到可以表述和衡量它们的数据指标（Metric），并以此反映设计价值的变化。这个VSM推导思路的理论基础来源于Google在其HEART模型的介绍文档中。数据指标的使用过程中需要注意原则：多数据指标衡量。由V到S的推导要多维度（一个价值实现对应多个维度的现象或信号，如某页面导购价值的增加可以从当前页面转化、黏度、留存、满意度、最终成交等多个维度进行现象和信号的推导），由S到M的推导也要多角度（一个维度的现象可以分多个角度进行观察，如当前页面转化维度下可以区分PV转化率/UV转化率、新用户转化率、老用户转化率、短期转化率、长期转化率等）。第五步：根据设计目标构建设计方案SKS是指从Strategy到Key factor再到Solution，具体含义为，设计目标中的设计策略是构建设计方案的源头，明确设计策略之后，我们首先要做的是挖掘决定策略实施效果的关键因素，之后再由关键因素衍生出最终的设计方案。

章节试读

1、《U一点·料》的笔记-第21页

五导家这个案例。。。服。

2、《U一点·料》的笔记-第59页

交互输出大项目输出中小项目咪咪项目

3、《U一点·料》的笔记-第26页

用户体验质量评价的5度模型用户体验评价的四象限：当前/未来；行为/态度用户体验周期的5个阶段：触达 用户带着自己的目标来访问网站

行动 找自己感兴趣的内容并进行相关操作 } 当前阶段
感知 操作完成后对产品形成主管感受

回访 用户再次使用产品
传播 推荐其他人 } 未来阶段

用户体验质量的5度：吸引度 在操作前，产品能不能吸引用户过来使用

完成度 在操作过程中，能否完成与目标对应的操作 操作效率 指标有操作 操作时间 操作完成点击数 操作完成率 操作失败率 操作出错率

满意度 在操作完成后的满意程度 指标有操作容易度 布局合理性 界面美观度 表达内容容易读性

忠诚度 完成一次使用后，用户会不会再次使用产品 指标有30/7天回访率
推荐度 净推荐值NPS

4、《U一点·料》的笔记-第46页

Design OtoO 核心思路认知模型（这篇作者还不错啊，还知道车尔尼雪夫斯基，还知道王昌龄的诗格，是不是艺术学的...：）6个引起用户共鸣的情感节点

- 1) 时期
- 2) 地点
- 3) 环境
- 4) 人物
- 5) 事件
- 6) 文化

唐代诗人王昌龄在《诗格》中论及诗的三种境界：物境、情境、意境，三境俱佳者乃为好诗。作者再次引申出三境验证法。

三境案例情感反应场

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com