

# 用户体验（User Experience）UE/UX

2021年12月5日 16:32

国际标准化组织（ISO）将用户体验定义为：  
A person's perceptions and responses that result from the use or anticipated use of service。翻译为中文就是：用户体验是一个人对如何使用系统、产品、服务等的主观感受。

- 系统：用户体验的对象，通常是产品
- 用户：体验的主体，即系统、产品、服务的使用者或者消费者
- 使用环境：用户体验发生的具体情境，如时间、地理位置、物理条件

## 用户体验（Norman）

- 感官层
  - 初级阶段本能的体验
  - 来源于产品的形态、色彩、质感等外观属性对感觉器官的本能刺激
- 行为层
  - 中级阶段交互过程的体验
  - 对产品的操作流程，产品带来的效用都可能引起行为层体验
- 反思层
  - 高级阶段个体对产品使用带来的精神层面的体验

## 用户体验设计的五要素理论（5S结构）

- 战略层：旨在确定产品的目标和用户的需求，把握产品的总体方向
- 范围层：其任务是确定产品需求，对产品具体的功能或内容进行细化
- 结构层：对产品进行交互设计和确定其信息架构，解决怎样做的问题
- 框架层：在结构层的交互设计的基础上，对产品进行原型制作的层次，包括界面设计、导航设计和内容（信息）设计
- 表现层：产品最终功能和内容的视觉展现。表现层需要融合产品的内容、功能、美学，呈现产品的最终形态

## HEART模型

- 谷歌公司提出的用于分析用户行为和态度的用户体验指标框架
1. 愉悦感

- 用户体验中的主观感受，如用户满意度、感知易用性、用户的视觉感受、用户的信任程度、向其他人推荐的意愿
- 可以通过设计问卷来获得对这一指标的数据
- 谷歌在推出其个性化首页的服务(iGoogle)时,利用产品内置的检测手段，跟踪了一周内一系列的指标来研究改版和新功能的影响

## 2. 参与度

- 通过用户对某一产品参与的程度（通常是一段时期内访问的频率、强度或互动深度的综合）进行测量
  - 单用户每周的访问次数
  - 用户每天上传的照片数
- 更多用户的产生导致总量的增长
- 谷歌的Gmail团队选择用一周内访问五天或者更多的百分比指标来度量用户的参与度，比一些传统的七天活跃用户数(只是上周使用该产品用户的简单计数之和)更能体现参与度。

## 3. 接受度

- 监控特定时期内有多少新用户开始使用产品（如7天内新创建的账号）

## 4. 留存率

- 留存率则监控特定时期内有多少用户在下稍后一个时期内仍然存在(比如,某一周的7天活跃用户在3个月后仍然在7天活跃用户中)
- 两个指标反映了新老用户的差异，可以通过对一定时期的用户进行统计，以此确定新老用户间存在何种差异
- 两个指标来区分用户群体，还关注了新用户继续使用该服务的百分比

## 5. 任务完成率

- 对传统用户体验指标的整合，例如效率、效果、正确率等

## 5E模型

1. 易学性：产品对新手的引导功能以及如何支持更深度的学习的能力
  - 重新学习、新功能、产品价值
2. 效率：工作的速度
3. 容错：容错包含产品防止错误的程度和帮助用户从错误出现中恢复的能力。例如，用户错误的删除了一段文字,需要重新开始输入或通过撤销来恢复，这是容错要考虑的重要问题。
4. 有效性（最重要）：表明产品是可用的，而且帮助用户准确地实现他们的目标。若有效性不佳，用户在使用中就无法完成预期目标和任务，体验也就失去意义
5. 吸引性：一个产品所带来的愉快、满意或兴趣程度
  - 不同的用户对每个要素赋予的重要性不同

## 用户体验蜂窝模型

- 七个要素
- 有用、可用、可寻、可靠、可接近、合意、价值（核心要素）