

交互设计的质量和效率

STEP 1

“白纸对折”

STEP 2

“左上角撕掉一个角”



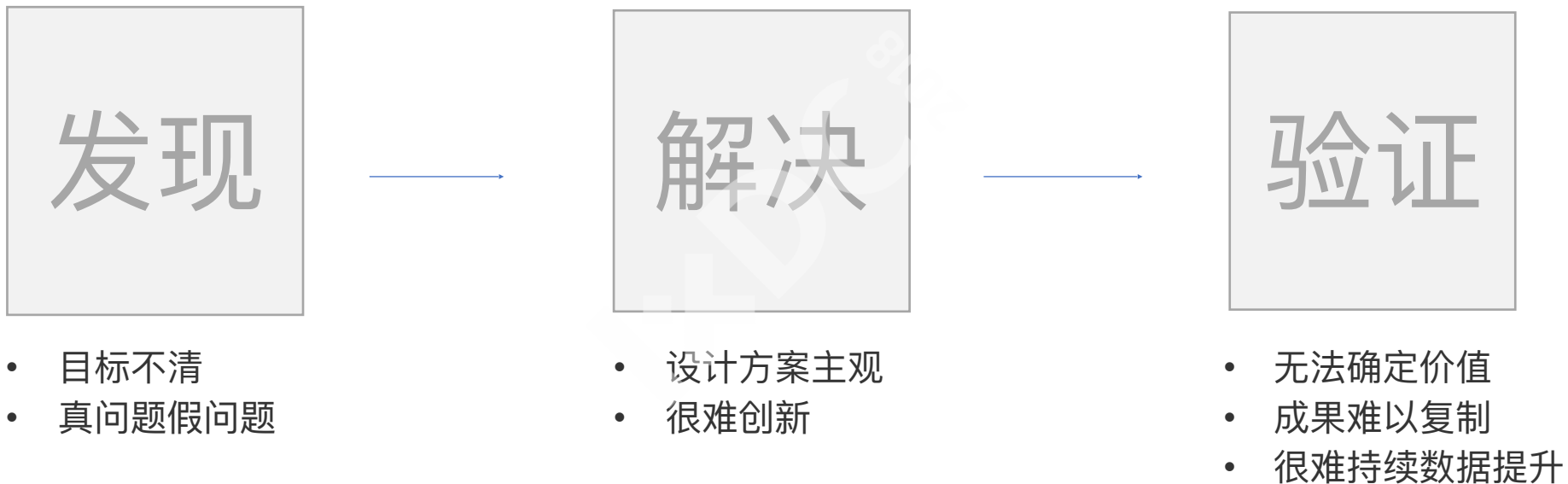
为什么？

我是谁
我从哪里来
我在工作中遇到的问题



为什么探讨效率和质量

从问题驱动到价值驱动



房型图片展示问题



- 裁切比例失调

- 图片模糊

- 不能查看更大的图

- 调整到合适的比例

- 将图片精度调大

- 点击可查看大图

从问题驱动到价值驱动



图片

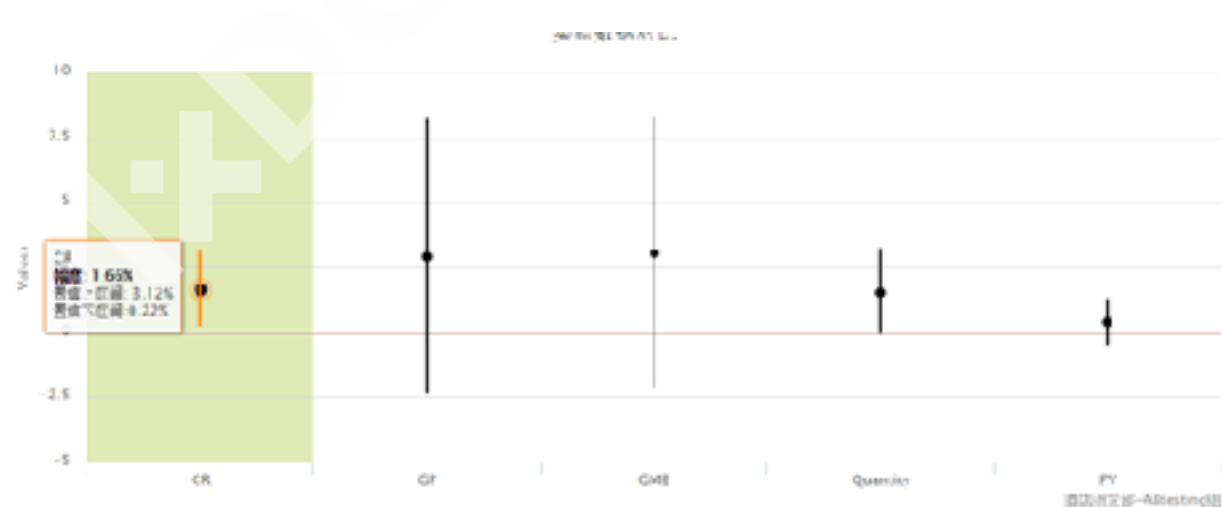
O	O'	Kr	Issue	Action	进展	结果
酒店图片质量&展示&交互 CR提升	提高图片质量 CR提升	提升图源图片美观度	缺乏图片的甄选逻辑 业务：高星-拍摄角度，对比度、像素、饱和度以及选图不是最优；低星-大多是手机拍摄未处理图片，像素低，角度差 用户：多为手机未处理拍摄图片，质量普遍较低，影响消费决策 其他渠道：带水印，分辨率	1.验证Ctrip与其他竞品的图片质量差异 高星对标booking；低星对标美团	完成	
				2.了解美编人工筛选图片的标准	完成	
				3.了解机器学习规则(针对低星酒店房型)	完成	
				4.对酒店业务方提出上传图片标准	进行中	
				5.在用户上传过程中给予拍摄/选图指导	研究中	
				6.提供样本给机器学习，先针对低星	陈禹希cyx，完成	
				7.调研图片的美学，针对酒店场景制定（高星低星）美学标准	陈禹希cyx	
		调整前端选取图片的分辨率、精度以及规则	对比竞品，详情页头图选图不是最佳 对比竞品，列表页酒店图选图不是最佳，特别是低星酒店	酒店列表页和详情页的头图重新制定甄选规则 提高低星酒店图片分辨率480×360 ↑	7.2会议沟通	
			房型列表&房型浮层，图片分辨率不够高	房型浮层图片的精度显示已从Q50提至Q70 提高房型浮层图片和详情页房型缩略图的精度：Q70-Q90	7.13完成 7.15S2开发中	CR提升0.5% GP提升0.3%
	优化图片展示&浏览效率 CR提升	详情页图片展示&交互方式	详情页头图外露图片数量（高星/低星）	增加酒店头图数量，6->8/10张	研究中	
			头部相册页入口难点击	酒店头部图片下拉查看交互调整 修复点击区域	待排期 完成	
			对比竞品，详情页头图交互细节优化	详情页头图图片点击进入相册页对应图片	待排期	
			详情页房型缩略图：放大查看功能缺失	点击房型缩略图区域查看大图	7.15S2开发中	
		图片页展示&交互方式	标签分类不够清晰	重新规划分类，分类顺序：全部-房间-外观-公共区域-餐饮-其他 房间按钮着重展示 全部类别下进行再分类	研究中	
			网友晒图里“其他”占比过大	算法调整	Ljn陆嘉能	
			图片整体性色调调整	调整图片的色调，尽量与app色调相近，提高整体感	研究中	
		点评列表页图片	待研究			
	优化传图交互体验	提高传图效率	传图流程	对标竞品，调整上传图片流程	研究中	

练习



在用户的预订流程中加入激励的提示

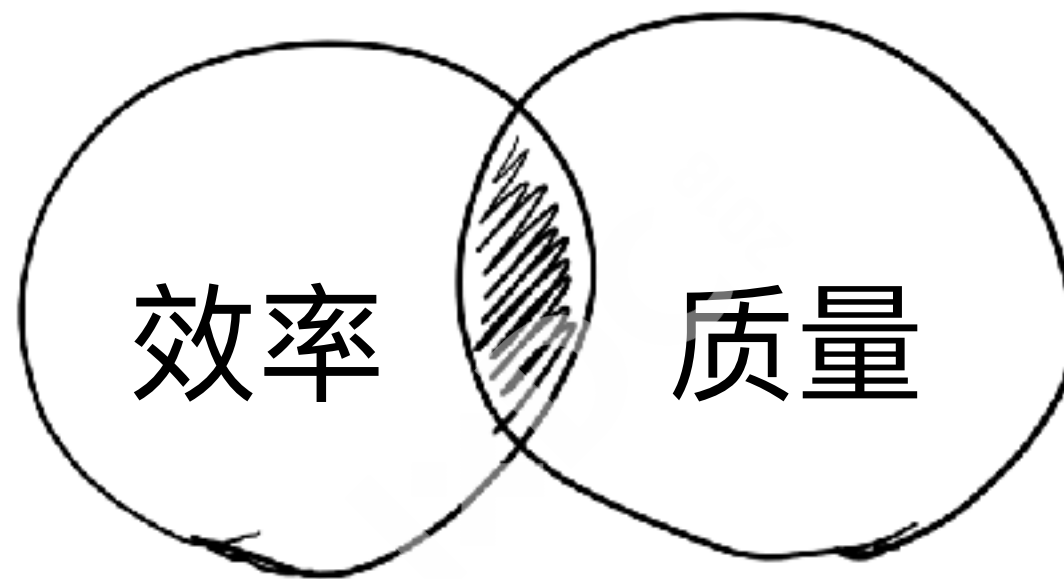
CR显著提升1.66%



工作内容占比

工作年限	需求驱动	价值驱动	工具建设
1-3	60%	30%	10%
3-5	40%	40%	20%
5-7	20%	60%	20%

高效输入



高效输出

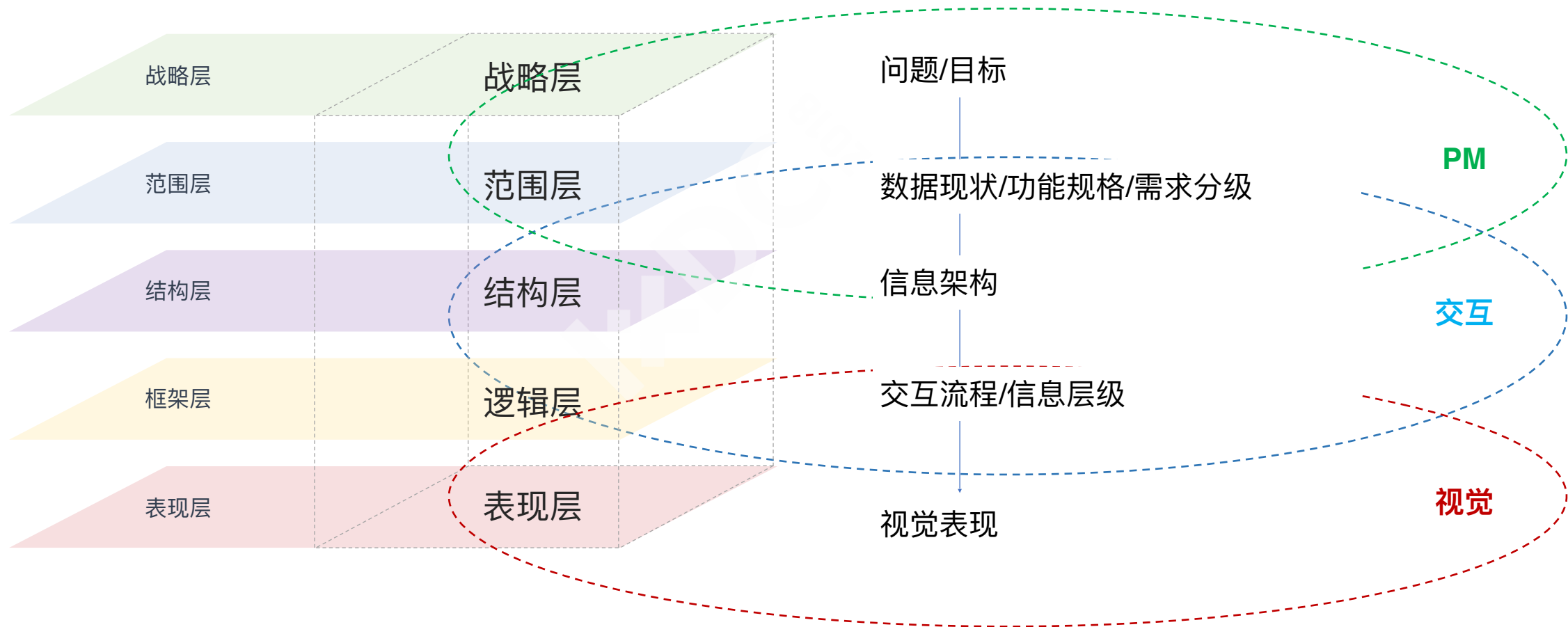
需求

执行

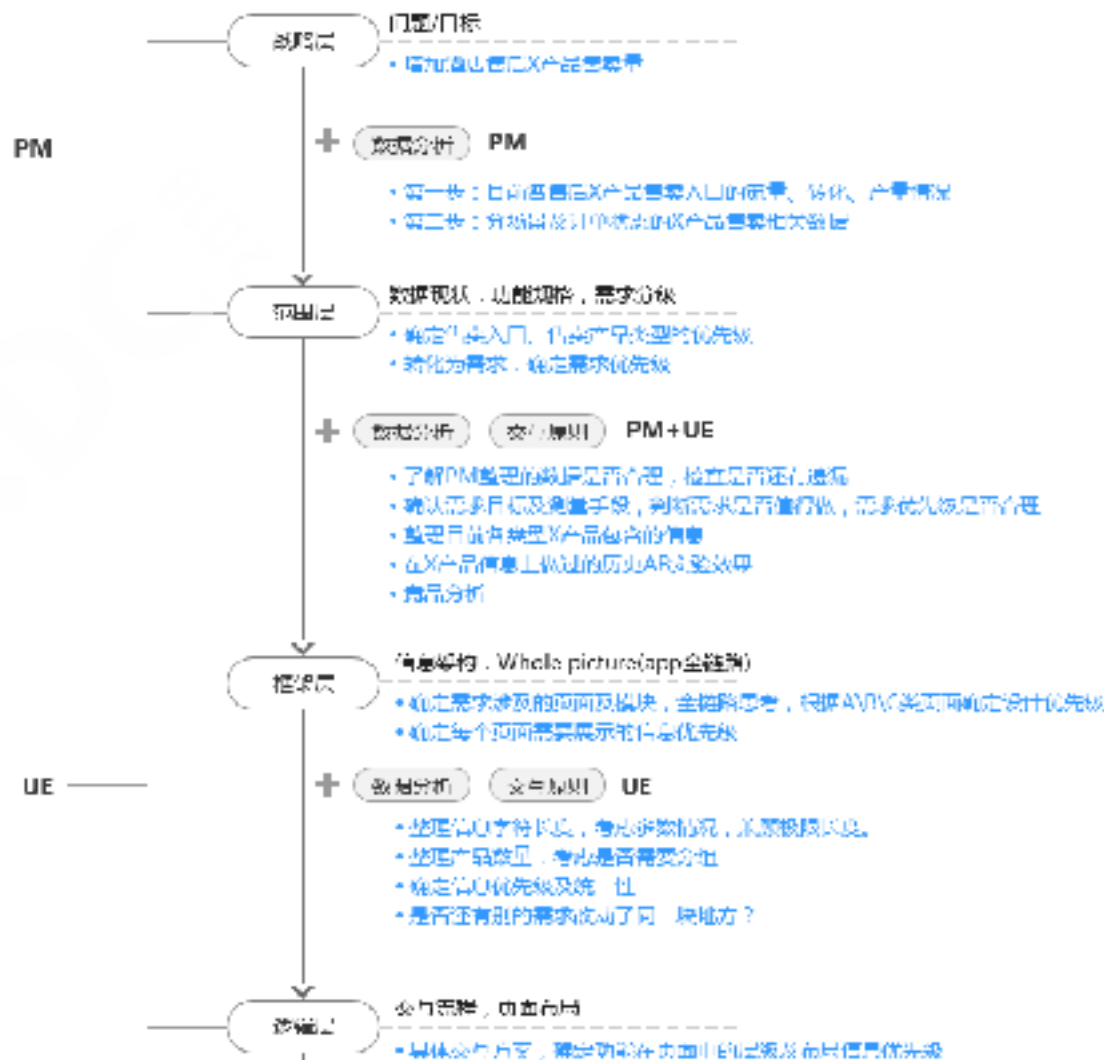
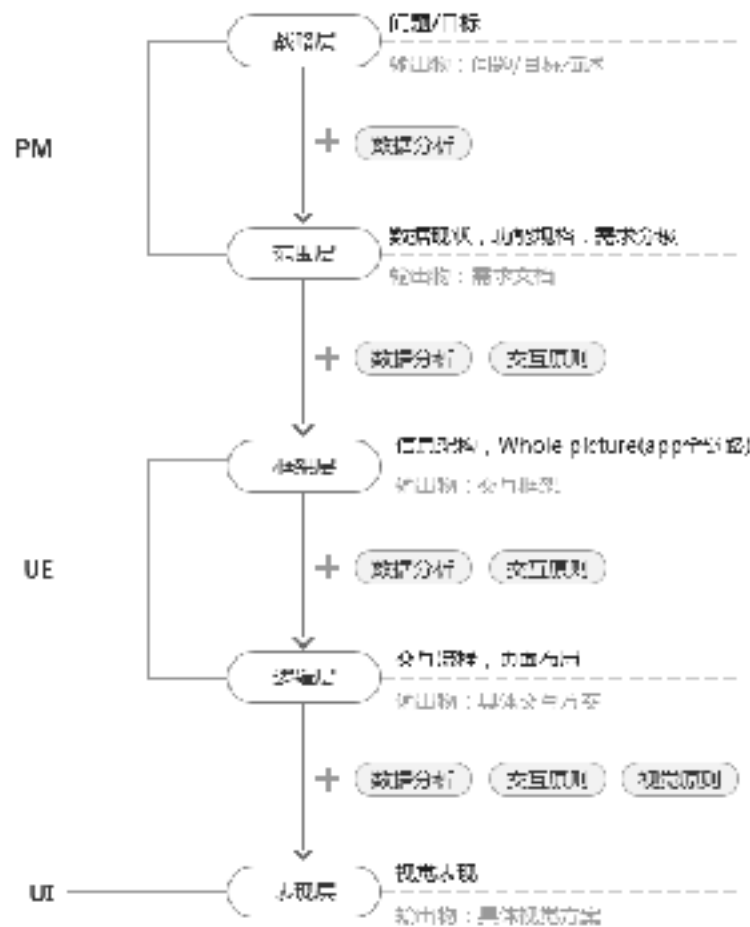
验证

需求

先分工后做事



售卖X产品



需求背景

需求来自哪里？是不是老板，你直说。

用户需求原声音。请给我最原始的用户声音

商业价值。提供数据。仔细阅读

目标。提供预期评估。

用于什么目的？汇报？测试？详细？

开发的可行性评估。

需求分析

需求来自哪里？是不是老板，你直说。

用户需求原声音。请给我最原始的用户声音

商业价值。提供数据。仔细阅读

目标。提供预期评估。

用于什么目的？汇报？测试？详细？

开发的可行性评估。

需求优先级

ROI

- 优先级 = 重要性（严重性+影响面） - 研发成本

影响面

- ABC类页，首屏二屏七八屏，

数据分析

日常监测, 将核心数据记忆在心



新源西里中街18号(近韩国大使馆) 东直门/工体/雍和宫

[地图/街景](#)

距您直线7.8公里,驾车10.6公里,约26分钟

4.4分 服务周到 环境不错

[3073条点评](#)

1992年开业 2008年装修 [浪漫情调](#) [商务出行](#)

[详情/设施](#)

[客房WiFi免费](#) [接机服务](#) [收费停车场](#) [室内游泳池](#)

酒店位于北京东部风景秀丽的亮马河畔,地处燕莎商圈、第二使馆区、国展中心交汇之处。设有行政楼层和商务楼层,客...

☒ 部分房型可免费取消

优惠券 [入住首单享95折](#) [满199减10](#)

[领取](#)

入住
7月20日 今天

1晚

离店
7月21日 周六

含早餐

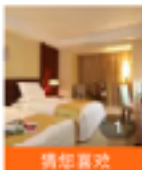
大床

双床

立即确认

免费取消

筛选



标准双床间
无早餐 双床 26m²
5-12层

[入住](#)

不可取消

¥726

订

在支付



标准双床间
双床 26m² 5-12层

[入住](#)

¥726起

[入住](#)

数据分析

看合适的数



分析AB

改前

曼谷安曼纳酒店(Amara Bangkok Hotel)

豪华房(中宾K预付)(无早)(会员&专享)
(礼之鸡尾酒)(Deluxe Room)(China market)(pre-pay)(Room Only)
(Member Deal Promotion)
(MK2016)

1间 每间最多可入住2人

入住 9月4日 离店 9月5日 1晚

双床 全部房间WIFI、有线宽带免费 无早餐
适用于持中国护照的游客，持中国护照（含港澳台）人士

好赞！你挑到了本店最划算的房间

预订仅需2分钟，支付更简单
支持微信，支付宝等

房间数 1间

入住人 @ hejsine ibebde
至少填1人 hehj ibcdj

大陆手机 > 18717918699

E-mail chenxigigi@gmail.com

总额(含保险): ¥834 费用明细 去支付

改后

曼谷安曼纳酒店(Amara Bangkok Hotel)

豪华房(中宾K预付)(无早)(会员&专享)
(礼之鸡尾酒)

入住 9月4日 离店 9月5日 1晚

双床 全部房间WIFI、有线宽带免费 无早餐
适用于持中国护照的游客，持中国护照人士

好赞！你挑到了本店最划算的房间

预订仅需2分钟，支付更简单
支持微信，支付宝等

房间数 1间 每间最多可入住2人

入住人 @ hejsine ibebde
至少填1人 hehj ibcdj

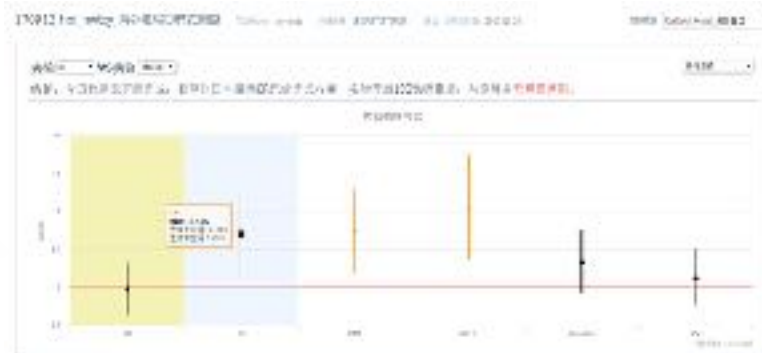
大陆手机 > 18717918699

E-mail chenxigigi@gmail.com

提升值

取消险 ¥39 人保取消险说明
因故无法入住，只需0%费用即可在电商平台获
退全款

总额(含保险): ¥836 费用明细 去支付



已完成分析 X产品购买率提升7.3%，取消险投保率上升2.6%
平台14的小伙伴们~

版本	订单量	30天客	累计订单	X购买率
B(实验版)	727	26750	30200	3.67%
C(对照版)	426	11391	15115	2.82%
D(对照版)	411	12503	15210	2.90%
C版本+D版本	867	23974	30325	2.86%
合计	1544	53224	60525	2.96%

11/19-11/27	取消险				
	版本	保单数	保费	订单量	投保率
	B(实验版)	1584	¥197,312	50603	3.12%
	C(对照版)	794	¥105,009	25,896	3.07%
	D(对照版)	744	¥90,575	24,741	3.02%
	C版本+D版本	1542	¥195,604	50,637	3.05%
	合计	3120	¥392,916	101,242	3.09%

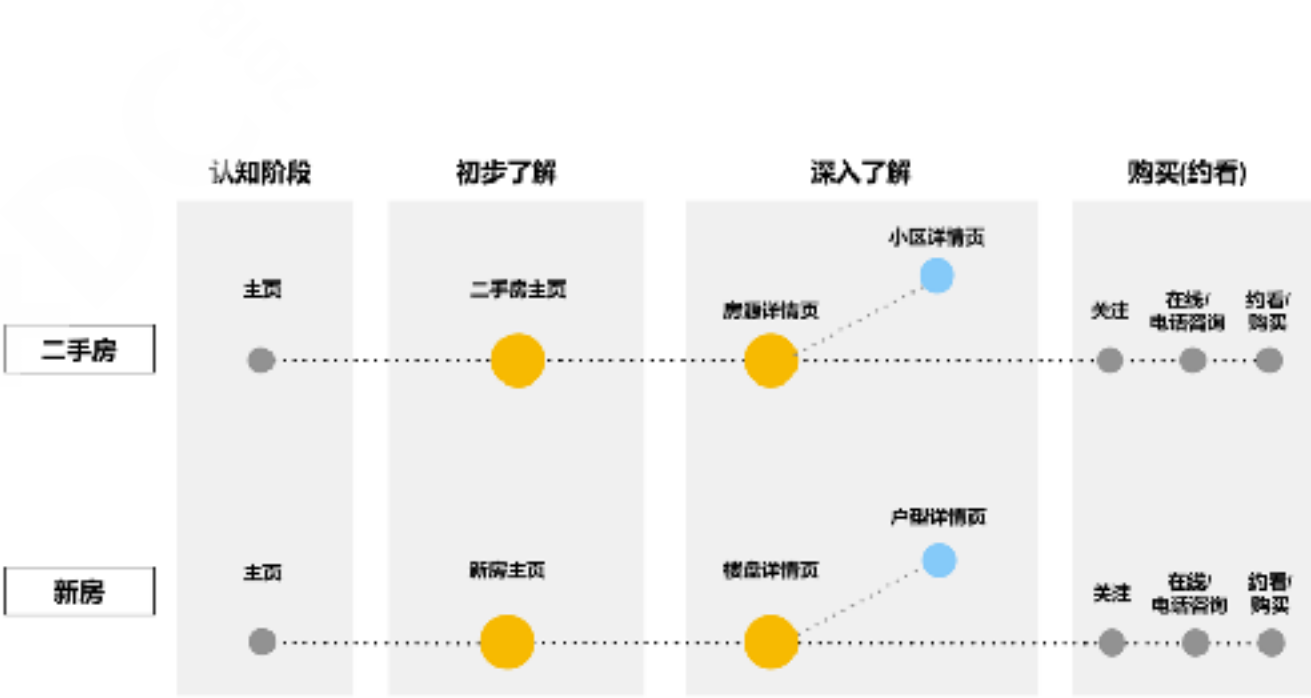
竞品分析

细致到毛发

备注：红色的是建议修改项，绿色的是App中不存在的想项。

竞品分析

不要陷入表现层



执行

设计师精力法则

ABC类页面，A类50%B类30%C类20%

制定原则不要分散精力

是否在主要路径

首屏次屏、78屏

使用率

页面	级别	
查询页	A类页面	1、快
列表页	A类页面	1、对比 2、快速决策
详情页	A类页面	1、详尽 2、特色 3、快速决策 4、安全
填写页	A类页面	1、必填 2、我收益 3、我扭捏 4、安全
订单详情页	A类页面	1、自助 2、详尽 3、场景补足
城市页	B类页面	1、推荐 2、查找
日历页	B类页面	1、费力度 2、帮助
热搜关键词页	B类页面	1、推荐 2、准确
列表地图页	B类页面	
相册页	B类页面	1、浏览 2、查找
点评列表页	B类页面	1、快速筛选 2、精准搜索 3、浏览
卖家秀页	B类页面	1、特色 2、详尽
酒店地图页	B类页面	
问答页	B类页面	1、快速筛选 2、精准搜索 3、浏览
常旅	B类页面	1、费力度 2、帮助
通讯录	B类页面	
返现	B类页面	
优惠券	B类页面	
特别要求	B类页面	
发票	B类页面	

设计原则

能用EXCEL的尽量不要画图

设计原则

设计方案应该包含最糙，进阶，完美3个版本

需求来源						
1，M总&为为总质疑	详情页为什么只外露地铁和酒店附近poi，用户第一时间需要解决的是如何去酒店					
2，研报告：65%以上的用户关注所在位置，40%以上的用户关注交通信息	包括到达酒店的交通方式	机场到酒店的距离（尤其晚班机）	详情页无			
		公共交通路线	详情页无			
		接机服务/穿梭巴士	详情页无			
	酒店附近的交通站	地铁站	国内&海外9城已在详情页外露			
		普吉岛和巴厘岛外露了机场，其他城市未在详情页露出				
		火车站/机场	海外9城已在详情页外露，其他城市未外露			
		周边poi				
本期方案			以上都是指未筛选状态			
国内/海外	场景（按城市）	展示交通类型	机场/车站/您~酒店	展示交通信息	备注1	备注2
国内	异地	机场~酒店	大于1.5km	直线距离+驾车时间	机场/火车站同时出	同一个城市有2个以上机场/火车站时
		火车站~酒店	小于1.5km	直线距离+步行时间		出距离酒店最近的1个机场/火车站
	同城	您~酒店	大于1.5km 小于1.5km	直线距离+驾车时间 直线距离+步行时间		
海外	异地（北海道/冲绳按	机场~酒店	大于1.5km	直线距离+驾车时间	优先机场	同一个城市有2个以上机场/火车站时
		火车站~酒店	小于1.5km	直线距离+步行时间	无机场时出火车站	出距离酒店最近的1个机场/火车站
	同城	您~酒店	大于1.5km 小于1.5km	直线距离+驾车时间 直线距离+步行时间		
一、最简方案						
场景（按城市）	条件	展示交通类型		一	二	
异地（北海道/冲绳按省）	300km以上	1，机场~酒店	大于1.5km	直线+驾车时间	地铁/公交时间&路线	国内机场/火车站同时出
		2，火车站~酒店	小于1.5km	直线+步行时间		海外优先机场，无机场再出火车站
	300km以内	火车站~酒店	大于1.5km	直线+驾车时间	地铁/公交时间&路线	
同城		您~酒店	大于1.5km 小于1.5km	直线+驾车时间 直线+步行时间	地铁/公交时间&路线	
二、中间方案						
场景（按城市）	条件	展示交通类型		一	二	
异地	有机票订单	机场~酒店	大于1.5km 小于1.5km	直线+驾车时间 直线+步行时间	地铁/公交时间&路线	国内机场/火车站同时出 海外优先机场，无机场再出火车站
			大于1.5km 小于1.5km	直线+驾车时间 直线+步行时间	地铁/公交时间&路线	
	300km以上无机票/火车票订单	机场~酒店	大于1.5km 小于1.5km	直线+驾车时间 直线+步行时间	地铁/公交时间&路线	
			大于1.5km 小于1.5km	直线+驾车时间 直线+步行时间	地铁/公交时间&路线	
		火车站~酒店	大于1.5km 小于1.5km	直线+驾车时间 直线+步行时间	地铁/公交时间&路线	
			大于1.5km 小于1.5km	直线+驾车时间 直线+步行时间	地铁/公交时间&路线	
	300km以内无火车票订单	驾车~酒店	大于1.5km 小于1.5km	直线+步行时间 直线+驾车时间	地铁/公交时间&路线	
同城		您~酒店	大于1.5km 小于1.5km	直线+步行时间 直线+驾车时间	地铁/公交时间&路线	
二、最细方案						
场景（按城市）	条件一	条件二	展示交通类型		一	二
异地（北海道/冲绳按省）	有机票订单	无酒店订单或已有酒店订单与航班到达已有酒店订单与航班达到是同一天	机场~酒店	大于1.5km 小于1.5km	直线+驾车时间 直线+步行时间	地铁/公交时间&路线
			按线上逻辑			
	有火车票订单	无酒店订单或已有酒店订单与火车到达不是同一天已有酒店订单与火车达到是同一天	火车站~酒店	大于1.5km 小于1.5km	直线+驾车时间 直线+步行时间	地铁/公交时间&路线
			按线上逻辑			
	无机票/火车票订单	300km以上	机场~酒店	大于1.5km 小于1.5km	直线+驾车时间 直线+步行时间	地铁/公交时间&路线
			火车站~酒店	大于1.5km 小于1.5km	直线+驾车时间 直线+步行时间	地铁/公交时间&路线
	无火车票订单	300km以内	驾车~酒店	大于1.5km 小于1.5km	直线+步行时间 直线+驾车时间	地铁/公交时间&路线
				大于1.5km 小于1.5km	直线+驾车时间 直线+步行时间	地铁/公交时间&路线
同城			您~酒店	大于1.5km 小于1.5km	直线+步行时间	

设计原则

结构化设计方案

设计原则

设计质量效率工具

设计原则	状态可见原则（Visibility of system status）
	符合真实的世界（Match between system and the real world）
	用户的控制性和自由度（User control and freedom）
	一致性和标准化（一致性原则）Consistency and standards
	防止用户出错原则（Error prevention）
	识别比记忆好（Recognition rather than recall）
	使用的方别快捷（灵活高效原则）（Flexibility and efficiency of use）
	审美和简约的设计（Aesthetic and minimalist design）
	帮助用户识别，诊断，并从错误中恢复（容错原则）（Help users recognize, diagnose, and recover from errors）
	审美和简约的设计（Aesthetic and minimalist design）
	帮助文档（人性化帮助原则）（Help and documentation）
	帮助性提示最好的方式是：1、无需提示；2、一次性提示；3、常驻提示；4；帮助文档。
	为大多数用户做设计，但要兼容小部分用户
	尽量不要出现…，如果必要就给一个查看全部的地方
	展开收起注意必免，展开的行数只比收起多一行或几个字的情况。
	精心设计每个点击区域的可点击面积
	当你改变某个功能的时候，要看到这个功能带来的其他影响。比如，筛选上移后，返回顶端的按钮没往下移动。
	不要加无意义的动效。如：浮层出现的时间。
	超过5个就分组
	1秒阅读、3秒阅读、5秒阅读

场景化工具

定义自己的场景库

一级场景	二级场景	三级场景
酒店属性	星级	高级
		低星
地理位置	城市	国内
		海外
	同城异地	同城
		异地
	城市属性	商务
		休闲度假
时间	工作日/节假日	工作日
		节假日
	当天/隔天	当天
		隔天
	当天白天/夜间	当天白天
		当天夜间
人工运营	事件类	

重要场景	逻辑（下面都是“且”的关系）	举例	排序/提供逻辑
1. 效率型	今天明天+工作日+晚上 16:00+目的地为一线城市（同城）	今住南京/周二（工作日）/20:00/人在上海订上海	人工运营类、今夜优惠、即时订、含早、一定双床、立即确认/确认快、携程自营、品牌（下拉列表）、免费取消、可订、接送服务、地铁站、机场附近、火车站附近、在线付款/到店付款
2. 效率+风险控制	今天明天+工作日+早上 16:00+目的地为一线城市（同城）	今住南京/周二（工作日）/10:00/人在上海订上海	人工运营类、即时订、含早、一定双床、立即确认/确认快、携程自营、品牌（下拉列表）、免费取消、可订、接送服务、钟点房、地铁站、机场附近、火车站附近、在线付款/到店付款
3. 效率+风险控制	今天明天+工作日+早上 16:00+目的地为一线城市（异地）	今住南京/周二（工作日）/人在上海订北京	人工运营类、即时订（可用优惠券）、含早高星、低价代理、含早、免费取消、立即确认、一定双床、携程自营、品牌（下拉列表）、可订、接送服务、接送服务、点评分、地铁站、机场附近、火车站附近
4. 效率型	非白天+工作日+目的地为一线城市（异地）	明天/周三（工作日）/人在上海订北京	人工运营类、即时订（可用优惠券）、含早高星、低价代理、含早、免费取消、一定双床、携程自营、品牌（下拉列表）、可订、接送服务、接送服务、点评分、地铁站、机场附近、火车站附近
5. 价格优先	非白天+节假日+目的地为一线城市（异地）	今天预订元旦假期（节假日）/人在上海订三亚	人工运营类、含早、免费取消、特色、钟点优惠（可用优惠券）、含早、免费取消、一定双床、携程自营、品牌（下拉列表）、接送服务、可订、三人家庭房、接送服务、在线付款/到店付款、点评分
6. 价格优先+风险控制	非白天+节假日+目的地为一线城市（异地）	今天预订元旦假期（节假日）/人在北京订上海	人工运营类、即时订（可用优惠券）、含早高星、低价代理、含早、免费取消、特色、携程自营、品牌（下拉列表）、接送服务、可订、点评分、三人家庭房、接送服务、在线付款/到店付款

场景的七十二变



大型场景的价值

<div>场景化：</div> <div></div> <div></div>	商务休闲场景化实施：		
	休闲子类场景的差异化：		
	酒店分类差异化售卖：		
	地域特征差异化售卖：		
	时间维度差异化售卖：		

练习

设计跟进

还原度指标

一定要有

一定要细

一定要和PM、开发一起背

还原度指标



设计测量

尽可能量化，多快好省

AB验证

定性定量齐上阵

设计测量

多

转化率

UV PV

点击

停留时长

快

费力度

停留时长

好

降投诉

满意度

访问深度

省

降人工

降成本

AB
分析

设计AB



如何看待AB

展示层改动的需求，通常结果都不好

不要将AB变成唯一手段

练习