

100条产品设计知识点与案例手册

Day 10

知群

- | | | | |
|---|----------|----|---------|
| 1 | 【延迟满足】 | 6 | 【熟悉度偏见】 |
| 2 | 【二八定律】 | 7 | 【成就感导向】 |
| 3 | 【鸡尾酒会现象】 | 8 | 【从众心理】 |
| 4 | 【目标梯度效应】 | 9 | 【口红效应】 |
| 5 | 【需求的等级】 | 10 | 【北极星指标】 |



【延迟满足】

延迟满足是指一种甘愿为更有价值的长远结果而放弃即时满足的抉择取向，以及在等待期中展示的自我控制能力。它的发展是个体完成各种任务、协调人际关系、成功适应社会的必要条件。延迟满足是一种心理成熟的表现,也是人类个体进化过程中的基本心理能力



【案例】

心理学家把一些4岁左右的孩子带到一间陈设简陋的房子，然后给他们每人一颗非常好吃的软糖，同时告诉他们，如果马上吃软糖，只能吃一颗；如果20分钟后再吃，将奖励一颗软糖。有的孩子急不可待把糖马上吃掉了；而另一些孩子则耐住性子，也有的孩子用自言自语来转移注意消磨时光以克制自己的欲望，从而获得了更丰厚的报酬。心理学家继续跟踪研究孩子们，一直到他们高中毕业。研究的结果显示：那些最后吃到两颗软糖的孩子，仍能等待机遇，他们具有一种为了更大更远的目标而暂时牺牲眼前利益的能力，即自控能力。而那些急不可待的孩子，则表现得比较固执、虚荣或优柔寡断，当欲望产生的时候，无法控制自己，一定要马上满足欲望，否则就无法静下心来继续做后面的事情。换句话说，能等待的那些孩子的成功率远远高于那些不能等待的孩子。

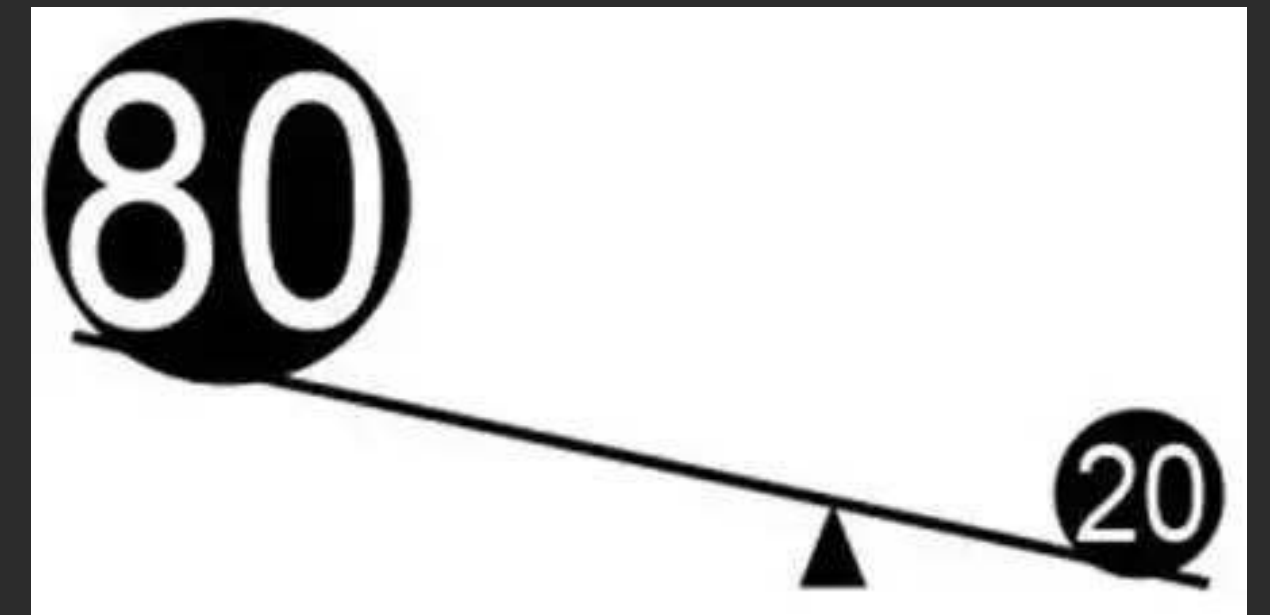
【脑洞题】

你在生活中有没有观察到一些人“延迟满足”的情景？分享一下吧~



【二八定律】

二八定律又名帕累托法则，也叫关键少数法则、不平衡原则等。这是19世纪末20世纪初意大利经济学家帕累托发现的。他认为，在任何一组东西中，最重要的只占其中一小部分，约20%，其余80%尽管是多数，却是次要的，因此又称二八定律。



【案例】

股市中有80%的投资者只想着怎么赚钱，仅有20%的投资者考虑到赔钱时的应变策略。但结果是只有那20%投资者能长期盈利，而80%投资者却常常赔钱。20%赚钱的人掌握了市场中80%正确的有价值信息，而80%赔钱的人因为各种原因没有用心收集资讯，只是通过股评或电视掌握20%的信息。当80%人看好后市时，股市已接近短期头部，当80%人看空后市时，股市已接近短期底部。只有20%的人可以做到铲底逃顶，80%人是在股价处于半山腰时买卖的。

【脑洞题】

你觉得哪些事情可以应用“二八定律”呢？分享一下吧~



【鸡尾酒会现象】

是指人的一种听力选择能力，在这种情况下，注意力集中在某一个人的谈话之中而忽略背景中其他的对话或噪音。举例来说，当我们和朋友在一个鸡尾酒会或某个喧闹场所谈话时，尽管周边的噪音很大，我们还是可以听到朋友说的内容。同时，在远处突然有人叫自己的名字时，我们会马上注意到。我们所注意的声源所发的音量，感觉上会是其他同音量的声源的三倍。

【案例】

微信团队以产品经理的口吻与用户进行邮件交流时，为了让用户感觉是在和真人沟通，因此会带有产品经理的英文名，头像等。这种通知形式比单纯的激活邮件好很多，让人感觉更具有人性化。那么这类邮件是否还有提升空间呢？根据上文中介绍心理学知识点，如果我们希望通过邮件或电话回访与用户取得联系，并需要引导他/她完成某些行为，可以考虑起一个跟用户同样姓氏的名字，英文名会让人感觉高大上，而中文名，姓氏相同可能会让用户感觉更加的亲近，如果你能如微信般了解用户的昵称，可以通过称呼对方昵称与对方交流，这样会更显亲近，对方会更容易卸下心防。

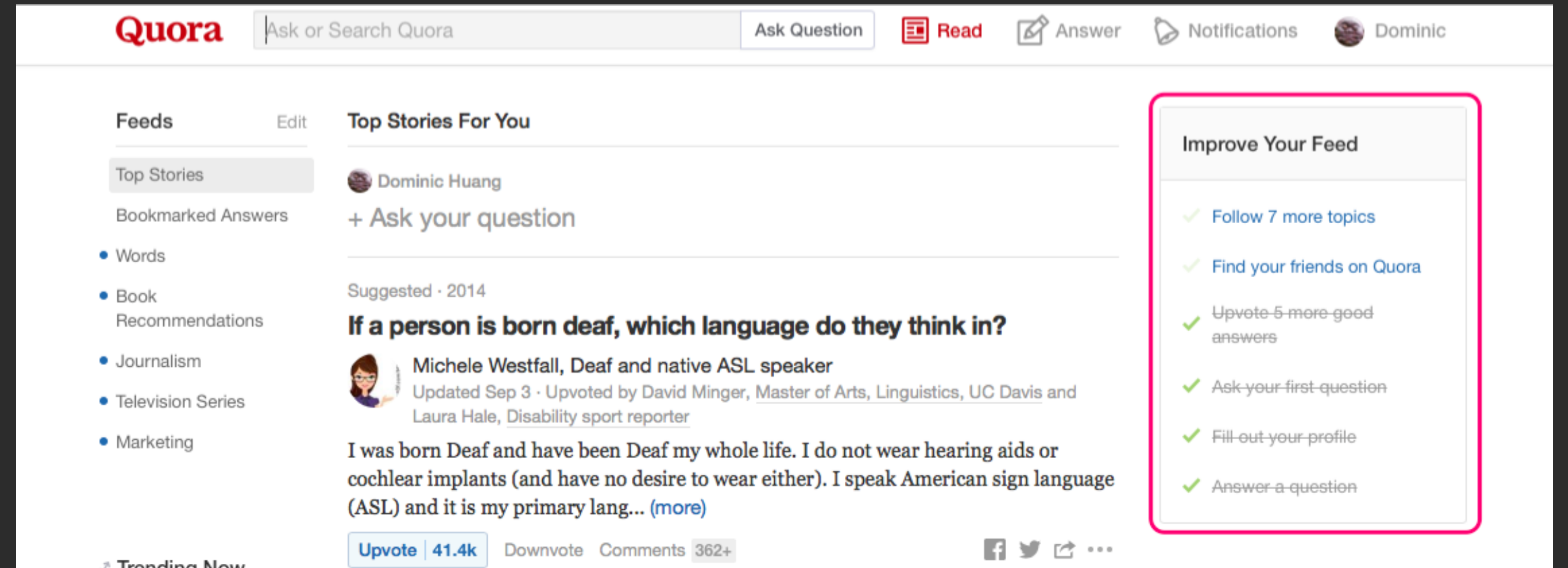
【脑洞题】

对你的应用有什么启示吗？



【目标梯度效应】

人们越接近目标，就越有动力，行动也越快。让用户更显而易见地知道自己快完成某个目标，用户就会更有动力去完成。



【案例】

Quora 会在首页告诉你，你已经搞定了哪些步骤，还剩几项就能圆满完成。其实，最早应用这个心理效应的非游戏类产品莫属——还差 20 个金币你就能升级装备啦！

【脑洞题】

你还知道哪些产品的设计利用了目标梯度效应呢？分享一下吧~



【需求的等级】

“需求的等级”原则明确指出，在满足像创意这类更高需求之前，设计必须先满足人们的基本需求（例如：一定要能用）。优秀的设计会遵守需求的等级原则；不好的设计可能连基本需求的基础都还达不到，就企图迎合不同等级的需求。需求可以分为五个等级“功能性需求”、“可靠性需求”、“使用性需求”、“熟练度需求”、“创意需求”。

【案例】

录音机至少要能录音、播放以及倒带，然后是能持续运作，再者是预录节目应该很容易，能用关键字找到要录制的节目，最后才是创意。

【脑洞题】

微信的“功能性需求”、“可靠性需求”、“使用性需求”、“熟练度需求”、“创意需求”分别是什么？



【熟悉度偏见】

是说大家倾向于更相信自己熟悉的东西。比如，在听讲座的时候，大家选择各自要坐的位置，人们更倾向于跟自己认识的熟人或者说同班同学坐在一起，而不是跟其他可能长得比较好看或者看起来比较权威的人一起坐。这种熟悉偏见的原理我们也可以引用到我们的产品设计中，如现在最好的新产品都是用最熟悉的模式。通过熟悉度偏见，可以减少产品被用户接受的时间，在这个互联网周期只有3个月的进程中，更快更好的抓住用户的心理，从而赢得用户。

【案例】

比如说我们的微信红包，微信红包的诞生最开始的原因是因为腾讯公司有一个需要让用户在微信实现在线绑卡的需求，只有用户在微信上面实现了在线绑卡，微信才能实现跟商户合作的可能。在面临很尴尬的冷启动期之后，微信团队就是靠微信红包这个产品一举破冰，并且实现了令人惊讶的业绩。

【脑洞题】

你用的产品里还有没有应用“熟悉度偏见”的设计呢？分享一下吧~



【成就感导向】

人类在自我生命的深处有一种驱使自己成功的力量，相应地，想通过实现目标来成就自我和增强动力，则需要去承担更多的挑战。在这一块我就不多加说明，因为身边到处都是例子。只要有两个人或者两个以上的人类出现，那么他们两个自然而然就有了相对应的比较，发现自己某些地方不如别人的时候，成就感就会受挫，便会有有意无意的有激发自己向上的斗志，使得自己获得成就感。比如说我们在学生时代，成绩排名就贯穿我们整个学生时代。通过成绩的排名，就可以清楚的知道自己的学习情况怎么样，并且下意识为下次的排名进步而暗自努力。

【案例】

如现在很多互联网产品都会为了激发用户的参与度和积极性打造了很多激励模式，比如说勋章墙。这一种模式最能切合马斯洛需求理论的第四层次：让用户的努力和成就被认可。

使用勋章墙这种奖励模式，可以让用户直观的看出勋章的总体规模，未获得勋章为灰色，削弱用户的成就感，从而制造用户点亮勋章的欲望，增加用户的粘性和忠诚度。

【脑洞题】

还有没有用过“窥探”你喜好的产品？ 分享一下吧~





【从众心理】

从众是指个人的观念与行为由于群体的引导和压力下,不知不觉或不由自主的与多数人保持一致的社会心理现象,通俗的说就是“随大流”,表现为个体的意见和群体中的大多数人相吻合。

【案例】

如果有在淘宝网购经验的话,肯定在收到货的同事,包裹里面还夹带这一张“好评+不低于××字的评论立返×元”的条子。当我们真的为了几块钱给店铺五星好评的时候。其他还未购买商品,不知情的顾客就会因为看到脑海里面会不自觉的浮现出了“群众的眼睛都是雪亮的”之类的话,然后买下了这件商品。(PS:以后评论店铺的时候还是要理性的进行点评,毕竟你不知道后面会有多少人由于你的好评而同样同买了该类商品。)

【脑洞题】

你还见到过什么设计利用了人们的自我表现心理? 分享一下吧~





【口红效应】

“口红效应”是指因经济萧条而导致口红热卖的一种有趣的经济现象，也叫“低价产品偏爱趋势”。在美国，每当在经济不景气时，口红的销量反而会直线上升。这是因为，在美国，人们认为口红是一种比较廉价的奢侈品，在经济不景气的情况下，人们仍然会有强烈的消费欲望，所以会转而购买比较廉价的奢侈品。口红作为一种“廉价的非必要之物”，可以对消费者起到一种“安慰”的作用。

【案例】

比如说，经济危机对房地产、汽车业、奢侈品业可能是一场灾难，但对轻工业、纺织业、化妆品、娱乐影视业却可能是福音。老百姓、工薪阶层收入减少，无钱买房、买车，反而可以趁机置办几件小家电、添几身新衣服、皮鞋、化妆品。金融危机下的2008年，化妆品直销巨头玫琳凯的销售额，在中国“逆市”增长了50%。对经济形势可能进一步恶化的2009年，玫琳凯中国区总裁麦予甫仍对记者给出了销售额20%增长的预估。

【脑洞题】

你的生活中还有没有“口红效应呢”？分享一下吧~



【北极星指标】

“North Star Metric” 北极星指标，又叫做“OMTM” One metric that matters, 第一关键指标。之所以叫北极星指标，因为这个指标一旦确立，就像北极星一样闪耀在天空中，指引着全公司上下向同一个方向进。

【案例】

中国今日的北极星指标是GDP。我们来看看国家是如何谈论这个指标的：“我国社会主义初级阶段的根本任务是解放生产力，发展生产力。发展是硬道理，发展是解决中国所有问题的关键。” 一个国家尚且需要北极星领航，企业也同样需要，原因如下：明确现阶段最重要的问题——发展生产力；基于关键指标的当前状态制定清晰的目标；大幅提高行动力——中国的政治考核都会以GDP作为指标，官员们自然知道努力的方向。

【脑洞题】

想想你常见的互联网公司的北极星指标是什么呢？

案例	商业模式	核心价值	北极星指标
阿里巴巴	电商	快捷的网上购物	总销售额
简书	社区	知识传播	文章发布数
摩拜单车	共享经济	自行车资源共享	月活跃用户