

# 100条产品设计知识点与案例手册

Day 3

知群

- 1 【费茨定律】
- 2 【沉锚效应】
- 3 【海盗指标】
- 4 【接近法则】
- 5 【皮格马利翁效应】

- 6 【图灵测试】
- 7 【认知失调】
- 8 【边际效用递减】
- 9 【基尼系数】
- 10 【系列位置效应】



## 【费茨定律】

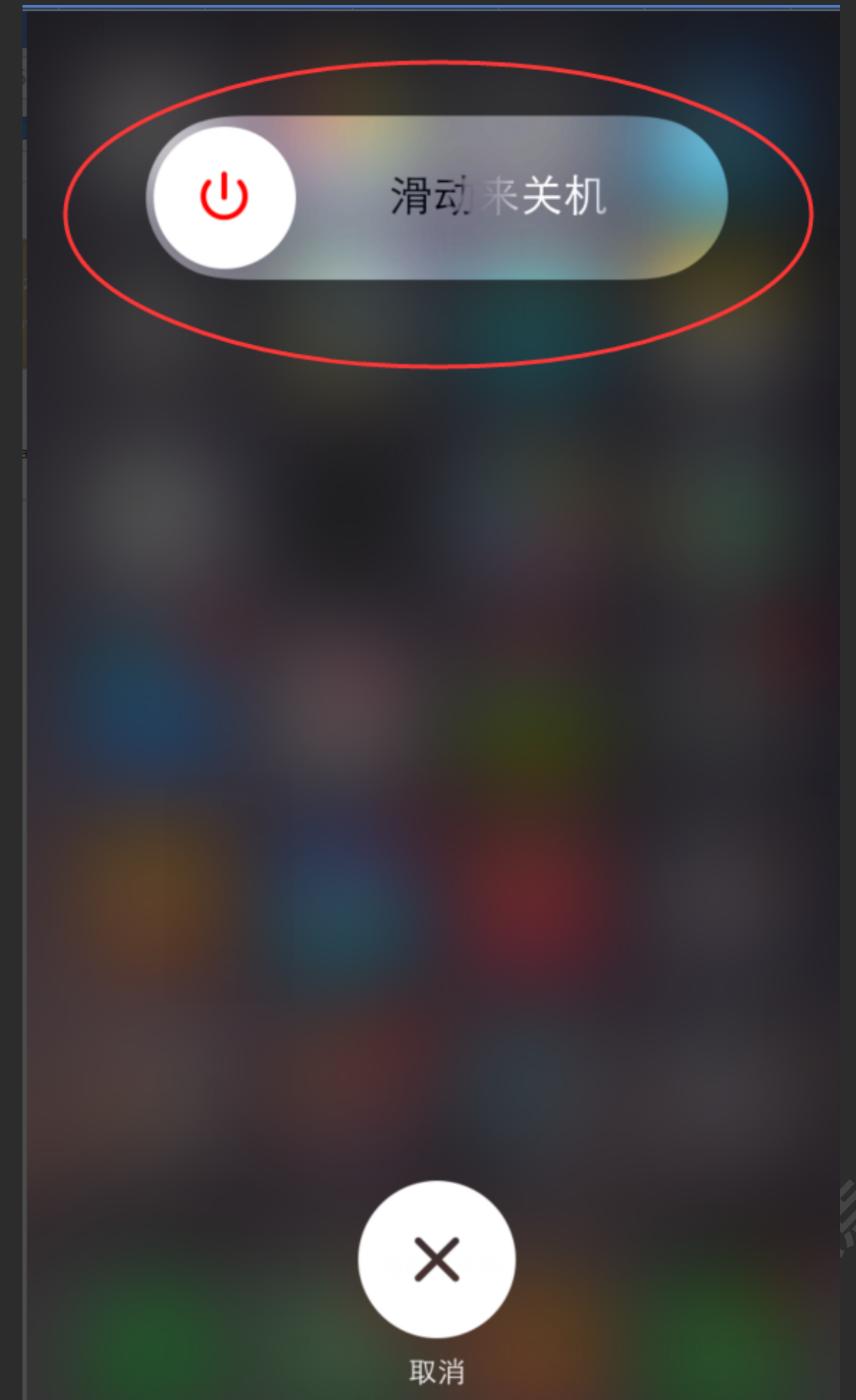
使用指点设备到达一个目标的时间，与当前设备位置和目标位置的距离（D）和目标大小（S）有关。距离越长，所用时间越长；目标越大，所用时间越短。于是我们不得不根据目标的大小提前减速，这就会减缓到达目标的速度，延长到达目标的时间。目标越小，就需要越早减速，从而花费的时间就越多。

### 【案例】

屏幕的边和角很适合放置像菜单栏和按钮这样的元素，因为边角是巨大的目标，你不可能用鼠标超过它们。不管你移动了多远，鼠标最终会停在屏幕的边缘，并定位到按钮或菜单的上面。

### 【脑洞题】

优秀的设计师们，你们可以利用“费茨定律”做出什么设计呢？





## 【沉锚效应】

人们在作决策时，思维往往会被得到的第一信息所左右，就像沉入海底的锚一样，把你的思维固定在某处。而用一个限定性的词语或规定作行为导向，达成行为效果的心理效应，即称为“沉锚效应”



### 【案例】

你去咖啡厅或者奶茶店都会被问同一个问题：要大杯还是中杯？如果你脱口而出说要小杯，店员会礼貌的回答说：不好意思，没有小杯。喜欢喝咖啡的都知道，星巴克的部分门店确实只配备了中杯、大杯、超大杯三种杯型，但并不是所有店都没有小杯，只是被店员们利用锚定效应很好地藏起来了。“要中杯还是大杯？”这样先发制人的话术在不知不觉中给你设定好了“锚”，进而引导你的决策。

### 【脑洞题】

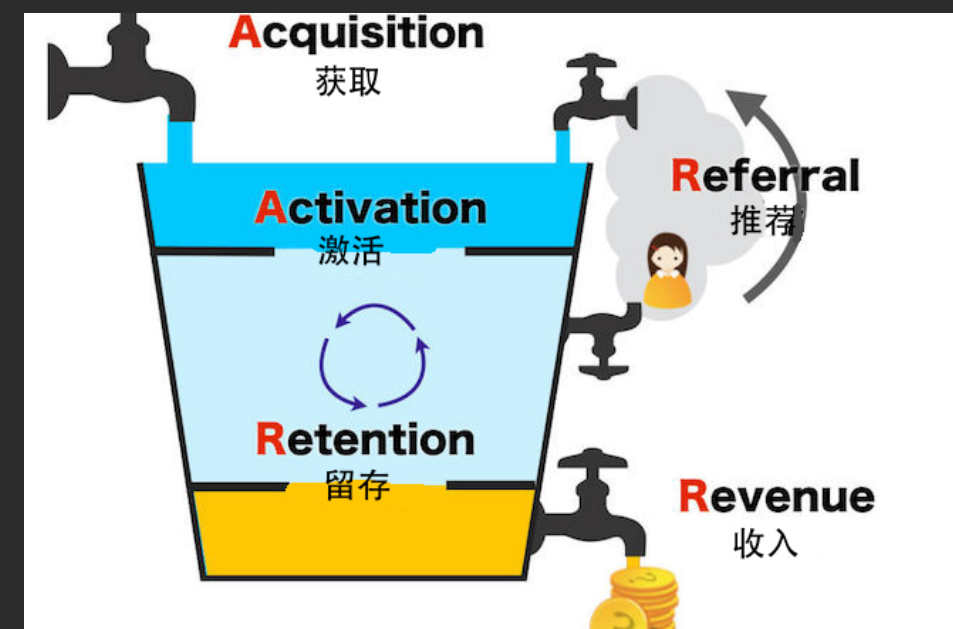
仔细回忆一下你的生活，有没有这样被别人操纵的时刻呢？





## 【海盗指标】

由美国著名的风险投资机构500 Startups 的创始人戴夫·麦克卢尔提出，包含用户获取（Acquisition）、用户激活（Activation）、用户留存（Retention）、用户推荐（Referral）、盈利（Revenue），很多团队还会加入挽回流失用户（Resurrection）。可以看出，和传统市场部门仅仅侧重于获取用户不同，增长团队的关注点几乎涵盖了一个用户生命周期的各个环节。



### 【案例】

比如抖音在用户获取前期一直以平台自身为主，并没有做太多的外部投放。主要在抖音内部建立话题视频挑战，刺激视频库的增长，同时，雇佣专业的舞蹈或音乐达人拍摄视频，并发布到各主流视频平台上进行宣传引流。而3月份却达到了抖音用户新增的首个至高点，通过360指数，我们发现抖音自身做了一次投票活动，外部通过KOL岳云鹏在微博转发的“撞脸小岳岳”视频，使抖音进入公众视线。岳云鹏是拥有超过1000万粉丝大V，此条微博转发5083、点赞83175，直接带动抖音第一次进入大众视野。使抖音的用户下载量达到首个至高点。

### 【脑洞题】

海盗指标还可以用在哪些地方呢？分享一下吧~



## 【接近法则】

根据格式塔心理学：当对象离得太近的时候，意识会认为它们是相关的。

在交互设计中表现为一个提交按钮会紧挨着一个文本框，因此当相互靠近的功能块是不相关的话，就说明交互设计可能是有问题的。

### 【案例】

比如今日头条及优酷视频信息布局在今日头条和优酷视频的信息条目中，我们一眼都能发现，标题和图片是表示的同一类的信息，因为它们是放在一起，具有相关性。

### 【脑洞题】

你对“接近原则”有什么理解呢？可以怎样应用进设计呢？







## 【皮格马利翁效应】

指人们基于对某种情境的知觉而形成的期望或预言，会使该情境产生适应这一期望或预言的效应。你期望什么，你就会得到什么，你得到的不是你想要的，而是你期待的。只要充满自信的期待，只要真的相信事情会顺利进行，事情一定会顺利进行，相反的说，如果你相信事情不断地受到阻力，这些阻力就会产生，成功的人都会培养出充满自信的态度，相信好的事情会一定会发生的。这就是心理学上所说的皮格马利翁效应。



### 【案例】

运用到管理中，就要求领导对下属要投入感情、希望和特别的诱导，使下属得以发挥自身的主动性、积极性和创造性。如领导在交办某一项任务时，不妨对下属说：“我相信你一定能办好”、“你是会有办法的”——这样下属就会朝你期待的方向发展，人才也就在期待之中得以产生。一个人如果本身能力不是很行，但是经过激励后，才能得以最大限度的发挥，也就变成了行。

### 【脑洞题】

思考一下自己的经历，身边朋友给你的赞美有带给自己进步吗？

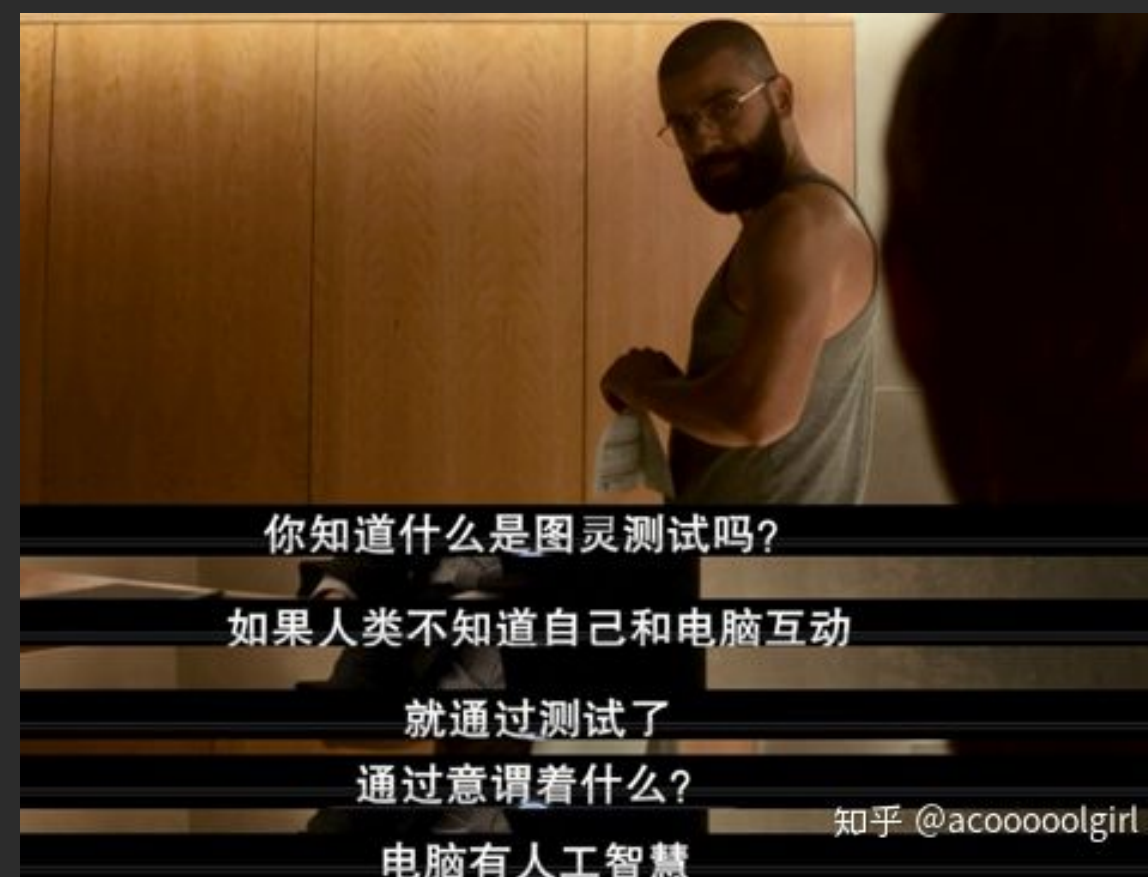


## 【图灵测试】

图灵测试由图灵发明，指测试者与被测试者（一个人和一台机器）隔开的情况下，通过一些装置（如键盘）向被测试者随意提问。进行多次测试后，如果有超过30%的测试者不能确定出被测试者是人还是机器，那么这台机器就通过了测试，并被认为具有人类智能。图灵测试一词来源于计算机科学和密码学的先驱艾伦·麦席森·图灵写于1950年的一篇论文《计算机器与智能》。

### 【脑洞题】

你有没有看过通过了图灵测试的人工智能电影呢？分享一下~



### 【案例】

小明送给领导两个红包。

领导：“你这是什么意思？”

小明：“没什么意思，意思意思。”

领导：“你这就不够意思了。”

小明：“小意思，小意思。”

领导：“你这人真有意思。”

小明：“其实也没有别的意思。”

领导：“那我就不好意思了。”

小明：“是我不好意思。”

要求：分别解释每个“意思”的意思。





## 【认知失调】

认知失调理论是由美国社会心理学家费斯廷格提出的一种态度改变理论，是指个体认识到自己的态度之间、或者态度与行为之间存在着矛盾。费斯廷格认为一般情况下，个体对于事物的态度以及态度和行为间是相互协调的；当出现不一致时，就会产生认知不和谐的状态，即认知失调，并会导致心里紧张。个体为了解除紧张会使用改变认知、增加新的认知、改变认知的相对重要性、改变行为等方法来力图重新恢复平衡。



### 【案例】

一只狐狸试图去把长在树上的葡萄藤上的一串葡萄拿下来，但试了多遍都不成功，于是就离开，并怨恨地说：“那一串葡萄是酸的！一点也不好吃！我才不希望吃到呢！”。

### 【脑洞题】

你在日常生活中有没有出现认知失调的时候呢，是怎么解决它的？分享一下吧~



## 【边际效用递减】

就是在一定时间内，在其他商品的消费数量保持不变的条件下，随着消费者对某种商品消费量的增加，消费者从该商品连续增加的每一消费单位中所得到的效用增量将会递减。当同一种物品被不断消费时，人们心理上的兴奋程度或满足感也必然减少。

### 【案例】

当你饿的时候吃馒头，第一个馒头的效用最大，以后第二个、第三个逐渐递减，直到边际效用为零（饱了），甚至为负（撑了、吐了）。或许有朋友会有疑问：并非什么事物都是“边际效用递减”的，比如我们对金钱的态度就是多多益善，赚的越多越好。

其实“赚钱”这件事，本身的边际效用也是在递减的。比如，赚到人生第一个10万元时，你可能会兴奋一整天；赚到第五个10万时，你可能只是微微一笑；赚到第十个10万时，你可能已经无感了。

或许，这也是马云说出那句：“我对钱没有兴趣”的真实原因吧！

### 【脑洞题】

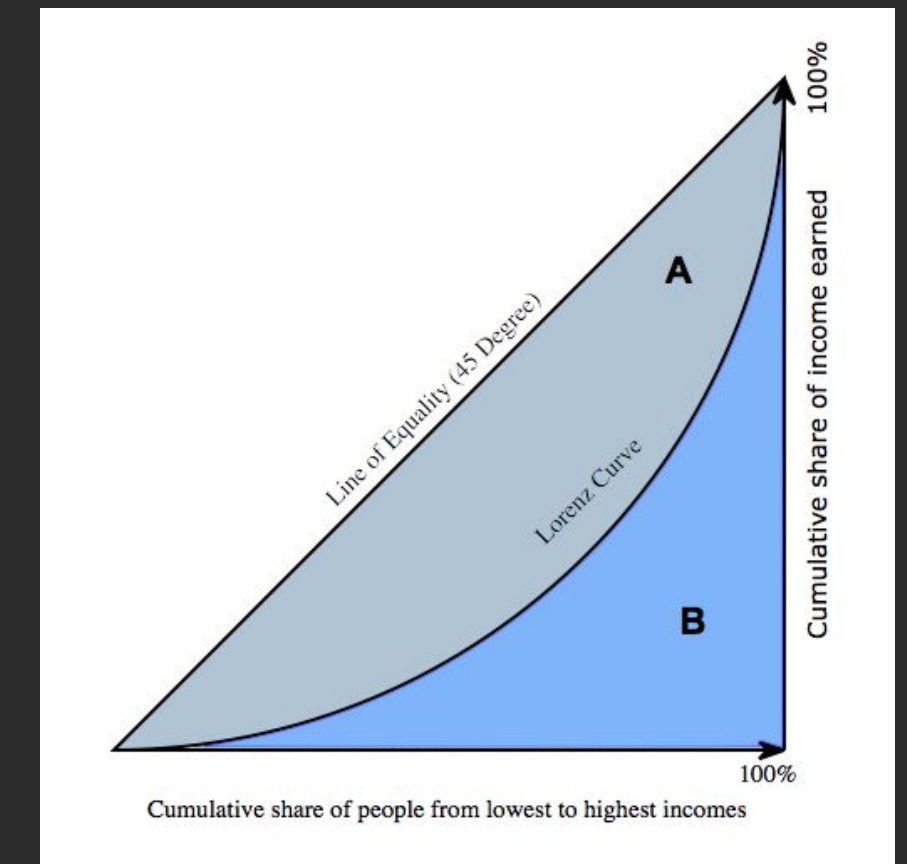
在生活中你有没有什么边际效用递减的体验？分享一下吧~





## 【基尼系数】

基尼系数是量度贫富悬殊程度的标量。它的定义如下：我们首先收集社会上每一个人的总财富额，把它从少至大排序，计算它的累积函数（cumulative function），然后便可绘出图中的洛仑兹曲线（Lorenz curve）。图中横轴是人口比例的累积分布，竖轴是财富比例的累积分布。



### 【案例】

我们先想想两个极端情况。假设社会上人人财富均等，那就成了图中的45度直线，称平等曲线（line of (perfect) equality）；但如财富集中在一人手中，那就绘成图中在右端的竖轴，称绝对不平均直线（line of perfect inequality）。而图中的洛仑兹曲线乃实际分布。

A和B是图中两面积，基尼系数便是  $A / (A + B)$

### 【脑洞题】

猜一猜我们国家的基尼系数是多少？和别的国家比起来高还是低呢？





## 【系列位置效应】

是指记忆材料在系列位置中所处的位置对记忆效果发生的影响，包括首因效应和近因效应。系列开头的材料比系列中间的材料记得好叫首因效应或者首位效应；系列末尾的材料比系列中间的材料记得好叫近因效应或新近效应。

### 【案例】

现在大多数APP选择摒弃汉堡包菜单，使用底部或顶部导航菜单，并将最重要的用户操作放置在右侧或左侧。在图中，你可以看到一些流行的iOS应用程序示例。考虑到系列位置效应，每个APP都将「首页」和「用户中心」项目分别放在了菜单栏的左侧或右侧。

### 【脑洞题】

生活中还有哪些设计符合系列位置效应呢？

你的产品设计里面有没有应用“系列位置效应”来增强用户记忆？快和我们分享一下吧~~

