

首页 > 产品设计

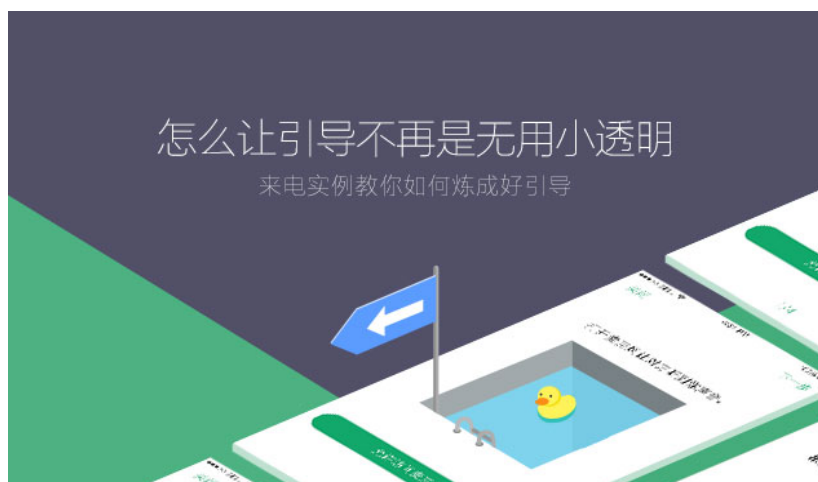
怎么让引导不再是无用小透明？

2015-11-18 11:07 编辑: suiling 分类: 产品设计 来源: 腾讯ISUX

0 611

app设计 App引导页 引导

招聘信息: cocos2dx手游客户端主程



A 前言

在接触一款新应用的时候用户常常会看到一些引导页，但在操作的时候直接当透明的就快速滑过或跳过了，这种时候，大家一定会有“这些引导好无用啊”的无力感，目前甚至有着“如果一个产品需要引导，说明该产品缺乏友好的元素”这样的说法，看似有理，但我觉得这并不能一概而论，在不少的app中，除了引导用户操作，引导还影响用户对产品第一印象的好坏，只要这引导设计得好，人见人爱之余，还对整个app中的体验感受能起到巨大作用！“来电”是一款基于语音沟通的应用，作为一款不断探索并创新的应用，也有不少需要用到引导的地方，接下来我们通过一些案例并结合来电的引导来告诉你如何炼成人见人爱的好引导。

B 好的APP引导是怎样的？

现在，引导的种类形式随着硬件和系统的拓宽有了更多的表现空间，引导页、缺省引导、视频引导、H5引导等都能起到引导用户认识或者使用新应用的作用。一方面从产品的角度考虑，产品希望用户能够方便地理解产品的特性，减少对产品的陌生感；另一方面，从用户角度来看，一个应用里好的引导不仅能使他们对一个应用有好感，也可能更容易得留住他们。但不论什么形式的引导，好的引导都能够让用户对产品有一定的认知并拉近用户与产品的联系，通过对不少做得好的引导（这里主要讨论的是页面形式的引导和H5）进行分析，我们发现大家喜欢的app引导都会有一些共性，通过归总提炼，得出以下几个用户看了都喜欢的原则：

热门资讯



这些 iOS 面试基础题目，你都深入了解吗？
点击量 16077



【译】17个提升iOS开发效率的必用工具
点击量 10248



iOS开发——UI组件（个人整理）
点击量 8129



【译】4个你需要知道的Asset Catalog的秘
点击量 6128



出大事了！A商要联合程序员们打淘宝分京东
点击量 5149



我已经写了48年代码了，我感觉我还能写下
点击量 5065



ViewController 瘦身另一种解决方案
点击量 4702



新手向：五分钟搭建App设置页面_纯代码
点击量 4670



来就来全套！敏捷开发知识体系笔记
点击量 4342



让我们来搞崩 Cocoa吧（黑暗代码）
点击量 4209

综合评论

蓝牙问题，方便给个邮箱吗？

正月初五 评论了 iOS 蓝牙开发（三）app作为外设被连接的实现...

规范编码，方便维护，如果发布时需要考虑安全性，还可以用几维安全的工具
kiwisec 评论了 Objective-C 编码建议游戏内购被破解一直是手游的痛点，建议手游在发布前对其进行安全加固，减
kiwisec 评论了 iOS游戏开发和提交的一些「坑」和「解决方案」...

通俗易懂

一个APP的引导不论什么类型，它们的的目的都是为了让用户更好得去使用APP，就好比一个贴心的管家或者朋友，给你介绍或者教你使用一个新事物，减低认知和摸索学习的门槛。但如果这个朋友说得太多太杂，你可能就会记不住他说了什么；而如果这个朋友为了想更凸显这个新事物的逼格而形容得“深不可测”（自嗨型引导），那么就很可能让你因为听不懂而失去兴趣了解下去。简单不复杂、信息表达通俗易懂的引导可以让用户抓取到我们想传达的信息并更容易理解APP的特性或操作，比如以下的案例：

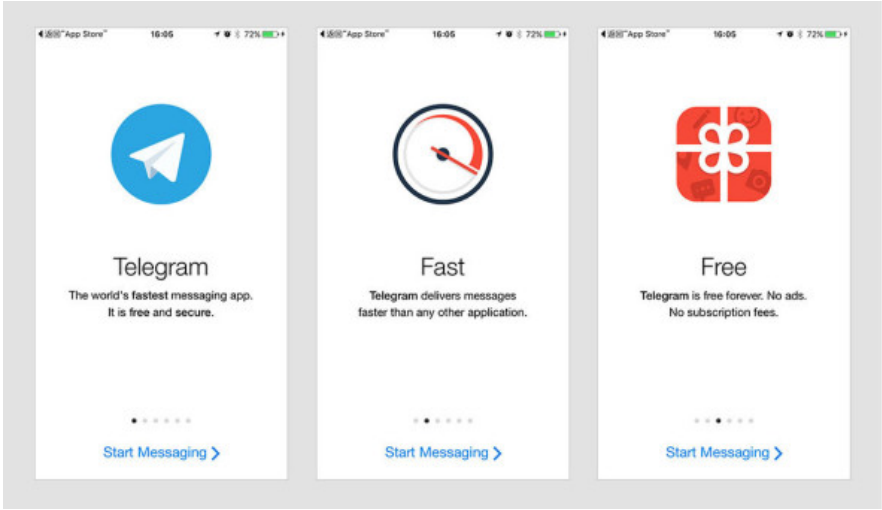


界面来自Dropbox

Dropbox的缺省引导是我比较喜欢的一组引导，在用户一开始使用这个app的时候，通过在初始缺省页（空白页）上结合操作去引导用户，大大避免了一进去空空如也的尴尬感。而且这组引导的文案不是生硬的功能讲解，而是通过一些通俗易懂的语句配合与之相对应有趣的图示传达相关的的信息，让用户在看和操作的过程中感受轻松，而且这套引导整体风格都保持一致，让人对产品印象稳固起来，倍显亲和。

具有一致性

好的引导在多个方面都是具有一致性的。视觉风格的塑造、表达的产品理念和产品特点都应该和它所属的产品、定位与品牌相符合，这样用户在使用产品的时候就会对产品有一个大致的基调认识和感受。产品的定位会决定引导的方向和路线，以及最终引导的表现形式上，所以引导是最能体现产品基调和品牌性的地方。引导的一致性除了保证了产品与使用体验相互一致，同时也能进一步强化用户对产品的认知以及延续品牌形象。如下例：



认真读完，才发现是软文
allren 评论了 故事怎么讲才有逼格?...

if let jsonDictionary = self.data as? Dictionary提示错误 Generic parameter
kiluacc 评论了 自己动手使用 Swift 打造全能 JSON 解...

3个VIEW就好了。。。还N+2个VIEW。。。
zwy2937 评论了 谈谈组件封装的思路和实现--PSCarouselV...

有个免费的 App 叫 Prepo。。可以超级简单解决这个问题。。拖进去就行
xhk18 评论了 使用大图+脚本，生成各种size的app icon...

如果支持点击大图浏览就更好了。
黎明破晓残夜尽 评论了 谈谈组件封装的思路和实现--PSCarouselV...

请问一下 这个上机试题是什么水平呢
CocoaAPP 评论了 详解 iOS 上机题！附个人见解...

UI组件一般用weak? xib拖拽的一般自动就weak了 但是纯手写的呢？
guomingyue1991 评论了 详解 iOS 上机题！附个人见解...

相关帖子

iOS如何合并两个app（把一个app嵌入到另一个app中）？

UITableView下滑时如何监听然后自动刷新

iOS 企业级项目安装

请问怎么把iPad app 里的sqlite文件传到电脑里？

刚培训完，不想去糊弄人在北京有人收么？

虚心请教Mac购买建议

IOS边录音边转码mp3小结

虚心请教Mac购买建议

虚心请教一些购买建议

界面来自Telegram

从一致性来看, Telegram的前置引导是我觉得比较有代表性的, 这组引导页面里, 每一页元素看似简单但是很有细节, 图示风格统一, 主标题都是一个词, 表达很干脆简练。这组引导页整体与Telegram的产品所透露的特性一致, 高效, 干净, 这种传达出来的气质贯通整个产品。特别是每个图示都做了小动画, 让用户更加直观得感受到它所传达的信息, 这种细节更容易触碰到用户, 获得用户对产品品质的认可。

产生共鸣

前面有提到一个应用里好的引导不仅能使他们对一个应用有好感, 也可能更容易得留住他们, 而这里的关键就是能够让用户产生共鸣。通过对产品自身的深刻了解并洞察目标用户心理, 结合产品特性与用户的痛点, 进而以视觉和文案渲染出氛围从而传达出相关的理念, 勾起用户情感打动用户。让用户产生共鸣, 有利于用户对产品在情感上的认同, 这种认同感会增进用户对产品的进一步使用和探索。如下面这例子:



界面来自【留白】

这是“留白”APP的引导, 之前这款应用被称为最美应用之一, 作为一款极具文艺范儿的应用, 它的引导也延续了它的文艺气息。除了好看的图和与之搭配的字词所渲染的氛围, 这组引导里面, 文案占据了很重要的比重, 也正是这些文案使得这组引导上了一个档次, 文案用的字词通俗, 让用户觉得不疏远, 引导中不仅说明了产品特性一边强调了格调同时也宣扬美好, 十分走心, 后面的文案更是带起了情怀, 让人动容。

根据上面所说, 可以大概得出好的APP引导应该具有“通俗易懂、产生共鸣、具有一致性”这3个原则, 这3个原则之间的关系如下图。有这3个原则, 引导也就具备人见人爱的特性~当然, 这3个原则仅仅是个大概参考, 应用引导的好坏与否并不能一概而论, 其中还有很多其它的影响因素, 但是篇幅有限, 在本文暂不作细说了。

C 来电的引导是怎么样的?

通过上面得出的相关原则, 我们回观来电的引导是怎么做的。作为一款依然在不断探索的应用, 来电经历了几轮方向的变化和调整, 产品的方向变化也影响着来电的设计, 由于这些原因, 来电的引导设计在整体的一致性上面有所不足, 但是在此之外, 来电的引导遵循着另外2个原则(通俗易懂、产生共鸣), 结合产品的特性, 并以此形成了它自身的特点, 那就是直观和具有情感。

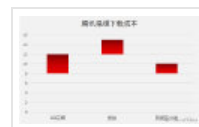
微博



CocoaChina

已关注

【讲真, 做产品渠道推广才是硬道理, 几百万就看怎么花!】多准数据创始人宋健, 自去年从腾讯离职出来至今, 经历了二次创业, 从最初的二手奢侈品电商平台跳转到如今熟悉的大数据技术服务平台。虽然专注的领域变了但创业经验值果断翻倍。http://t.cn/RUmlHcx

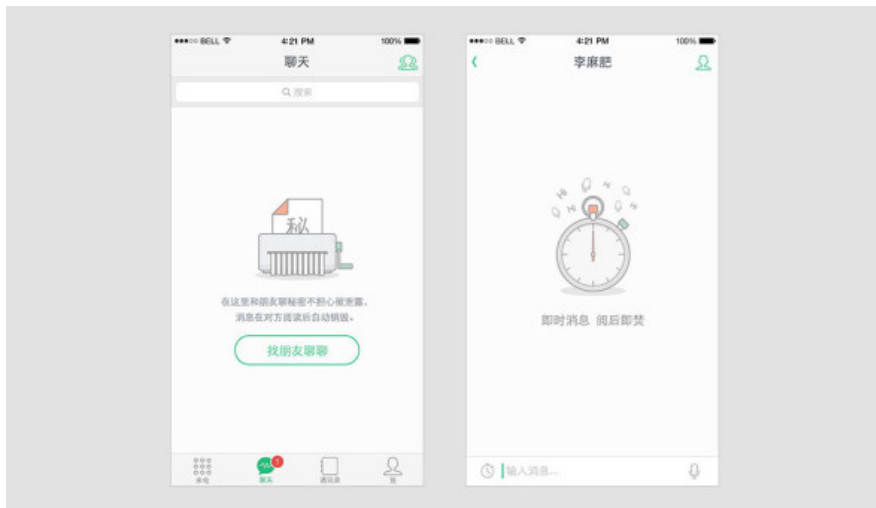


22分钟前

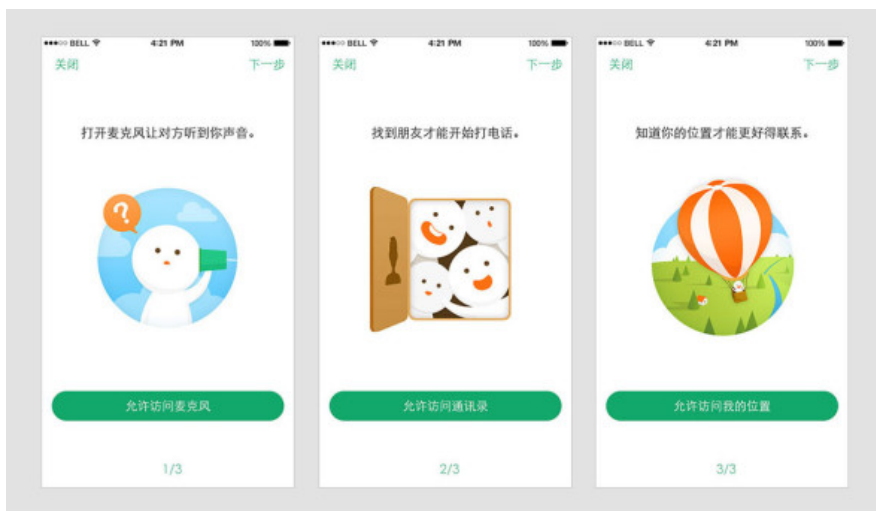
转发 | 评论

【动手搭建iOS CI环境之「了解 xcodebuild 命令」】在iOS开发中, 如果需要把工程打包成ipa文件, 通常的做法就是在 Xcode 里点击 「Product ->





这上面是来电的缺省页引导。第一张是“无痕聊天”的缺省引导，“无痕聊天”（也就是阅后即焚）在国内对不少用户来说还是个比较陌生而且略为抽象的概念，为了让用户更易于理解这个概念，我们通过把这个概念细解，转化发散，然后收拢成一个在大家认知中较为熟悉的具象事物——碎纸机，使得用户可以通过它对“无痕聊天”有个通感式的理解，达到直观的效果，结合文案给了用户使用后有什么好处的理由，使得激励用户去点击“找朋友聊聊”进行操作；第二张是来电AIO内的缺省引导，这里的主要作用是告知用户可以调整无痕聊天内容的消失时间，这里可以说是对之前“无痕聊天”概念的补齐，初次使用进到AIO，这个图会进行动画缩小到左下角对应的钟表位置，告知用户操作的位置，直观得引导用户进行操作，让用户一看就明白。



这一组是引导用户开放权限的引导页。作为初始引导，因为开放权限有时候需要用户多次反复操作，所以这是一个容易让用户感觉到厌烦甚至反感的点，为此在这组引导的设计上，我们创造了一个小雪人形象，结合产品的需求以及引导的目的，塑造出一些小场景让这组引导更具有情感，加上目的清晰的文案，营造出轻松的氛围，让用户在看到页面的时候具有共鸣感，以此感到亲和，减少反复操作带来的厌烦感。

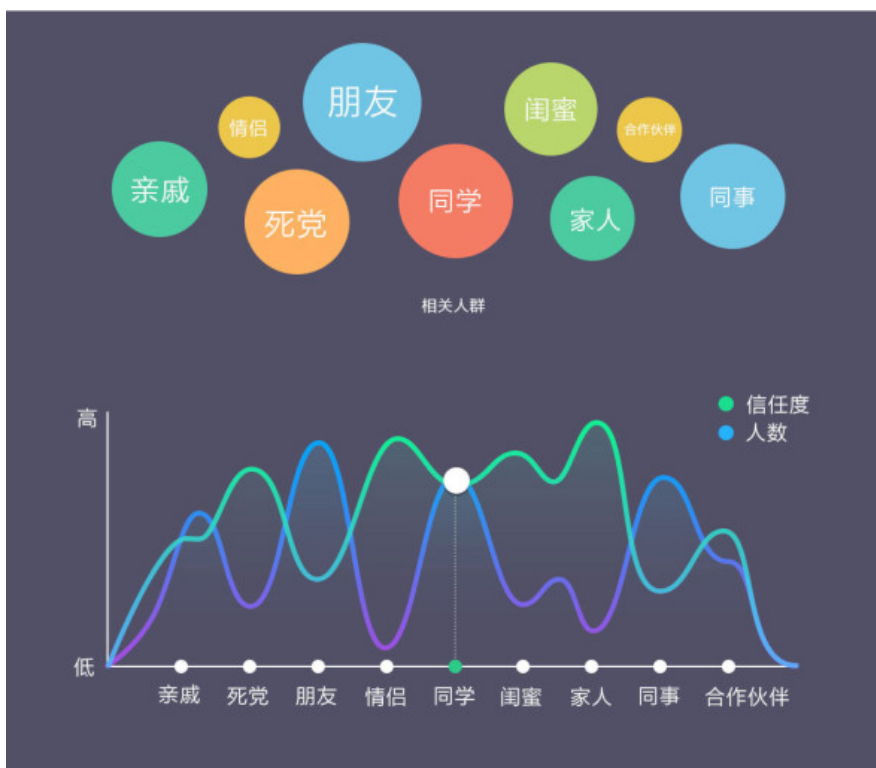
D 案例分析



前面大概得讲好了的app引导的一些原则以及来电的引导特点，接下来我们针对一个实践案例来说来电引导的设计过程。这次的案例是叫“班级通讯录”的h5引导，“班级通讯录”是来电团队通讯录功能的传播式推广引导，通过引导来电用户发起，分享到微信、空间、QQ等平台，让来电用户可以通过链接引导去了解并使用这个功能，非来电用户则引导去下载达到拉新的目的。

定位

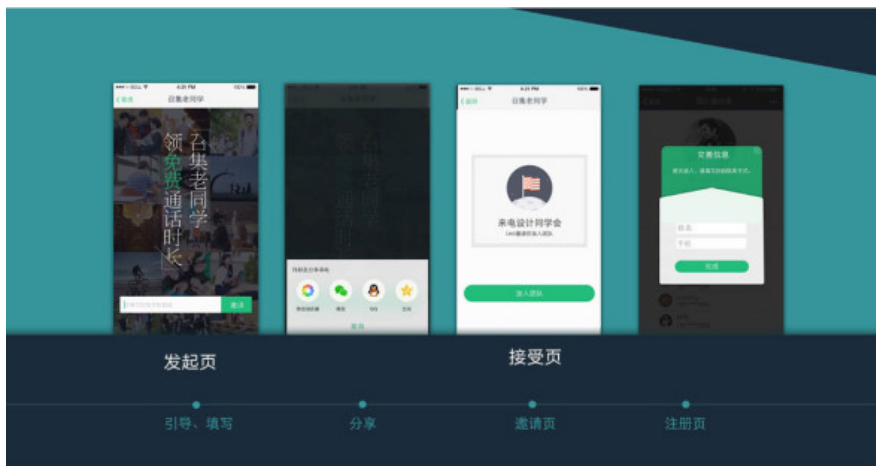
在之前，通过手机QQ平台进行了一轮大范围推广，直到9月份之后，来电的用户进度放缓，我们开始思考有没有更好的推广方式引导用户去进行新一轮的用户增长。通过和产品童鞋的讨论分析，我们也从大量的竞品中去挖掘一些其它的推广方式，将目标聚焦定位在熟人推广这一块。关于熟人，其中也能分出好几块人群，由于这次的推广需要通过熟人关系拉动用户参与，并且最大程度得拉起新用户，那么这就需要熟人之间的信任度高并且这个人群的人数要多。对此我们对每个可以想到的人群进行了发散和分析：



通过分析，我们对每个人群的信任度还有人数进行了对比（如上图），可以看出在对比值中，“同学”是2者中都相对较高，落差最小的人群，加上推广时间是在9月左右，正值开学的时间，因此我们就聚焦在“同学”这个人群里，延伸去拓展和设计。

设计方向

确定定位之后，我们开始进入到设计前期。首先确定交互流程，通过发起分享、接受者进行注册参与形成闭环，如下（由于本文主要讲述引导部分，篇幅有限，流程部分不在此细讲）：



这一套引导里面一个流程下来起到重要作用的就是发起页和接受页，这2个页面一个需要引导用户分享出去，另一个需要用户参与并引导用户去进行接下来的操作。因为具有运营与功能结合的性质，因此它比起一般的引导页需要更多的包装，以此来吸引用户。

风格包装

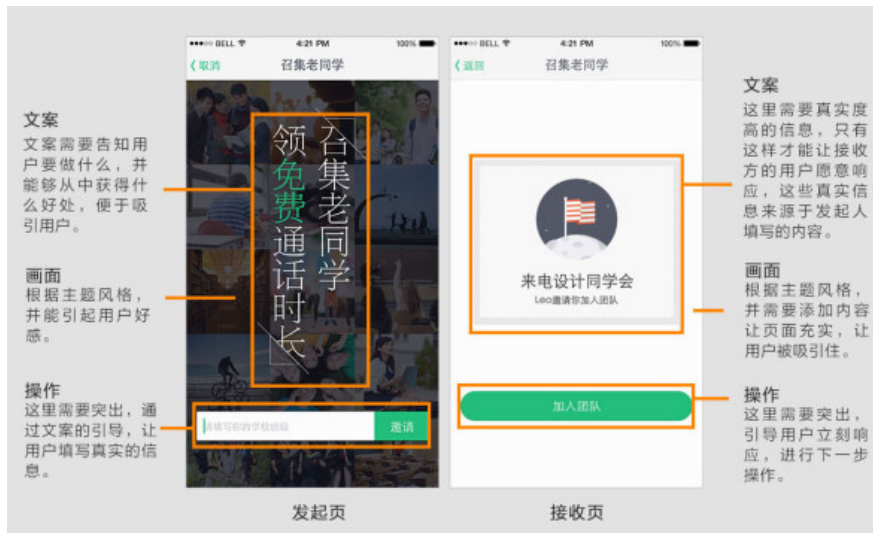
我们对这套引导进行主题包装，使其富有情感特点，这是来电引导的特点之一，让用户具有情感的认同。这一套引导是为了结合团队通讯录这个功能来进行推广的，而且加上“同学”这个人群，我们得出“班级通讯录”这一个概念，针对这个概念，我们需要挖掘这个相关的特点与印象元素，发散后我们收拢出一个风格主题：Party。



“班级通讯录”在我们看来就让失去联系或者久不联系的同学再一次联系回来的概念，因此我们希望营造出一种聚会的氛围感受，摆脱一般通讯录干巴巴的冰冷感，让用户在感受上是欢快愉悦的，因此在设计的风格上，我们倾向用一种欢快的party主题来表达，以此触动用户情绪。

具体设计

有了方向和主题，接下来就是进行更为具体的设计。在这之前，我们需要思考产品的目的以及这个页面所要起到的作用，再结合上面提到的3个原则以及来电自身的特点，使得这组引导有来电的DNA并达到产品目的。首先从交互稿分析下我们是怎么考虑这2个引导的：



文案

首先要强调一点，在引导中，文案是特别重要的，因为它是直接获取引导信息的关键。发起页的引导是要让来电用户去主动发起邀请传播，一方面我们要清楚告知用户要做什么，引导用户去操作，另一方面，我们通过一些奖励刺激用户积极性，增加用户参与率，所以我们把发起页文案定为“创建同学录 领1000分钟通话时长”。而接收页的目的是引导用户接受邀请进行下一步操作，那么，这需要用户对这个页面有足够的信任，才会接受邀请，因此这里的引导文案需要真实信息作为支撑，而这些真实信息来源于发起人通过引导所填写的内容，2者的结合使得这套引导完整流畅。

画面

这一块是最能体现情感化特点的地方，主题风格的渲染也能带动用户情感共鸣，这一块决定了页面能否在感觉上吸引用户。根据party的主题，要突出的是集体感以及欢快的氛围，在发起页面我们做成拍班级集体照一样“排排站”的效果，凸显同学会的感觉；在接受页，我们则是做成有种开欢迎party的感觉，欢迎同学的加入，整体营造欢快感，小人和发起页呼应，产生联系。发起页在来电应用发起，所以和颜色和来电app融合些，而接受页则用来电自身品牌色为主体来突出品牌感。设计过程中的草图如下：



操作

最后是操作，在这组引导里面，操作的作用很关键，特别是在发起页。发起页里面的操作部分会直接影响到接收页的被信任度，因此这里需要填写学校班级信息的文案引导用户填写真实信息，这些真实信息会作为接收页的文案显示，关系到用户看到这个页面（接收页）会不会接受邀请；而接收页的操作则是以“我要加入”给予用户代入感，刺激用户点击欲望，增加参与率。

通过上面几个层面的考虑打磨，我们不断的比较和考虑，从颜色、字体、元素等等对每一个细节都斟酌一轮并调整优化，才有最终的输出，如下。这就是这个案例的流程和思考。



设计后期中的在调整的过程稿

发起页

接收页

E 感想与小结

这一段时间，我除了运营和基础之外，引导相关的设计还是做了不少的。虽然来电上线一段时间了，但一直在不断地摸索前行，这其中碰撞出不少火花，也有不少新的东西出现，也因此使得来电不少的地方需要引导。先不讨论引导的实用与否，但从设计的角度而言，每个细节都应力求做到最好，并让用户可以感受到。通过这段时间的工作，在做引导相关设计的时候，有些小经验和感触，和大家分享一下：

1. 要清楚确定产品的要求和引导的目的

引导的类型虽然不少，但是针对不同的产品要求和引导目的，选用的引导类型也不一样，因此一定要清楚产品的需要，是为了展示产品、让用户学习操作、还是为了推广，只有清晰的方向才能选择最合适的方式和风格去进行引导，产品方向的多变容易让产品的引导变得不一致，不利于固化整个产品的具体印象，影响品牌化。

2.要多观察生活的每个细节

能够打动用户的设计一定是和生活、和身边的人事物相关的，因为相关，所以才不突兀。好的引导是怎样的，在前面已经细说，但起说到底，它的核心还是做到自然。这个自然是通过它符合人对事物的常识理解、符合生活经历、符合内心感受等共同作用的，因此，设计师需要对生活有敏感的洞察。

3.文案！文案！文案！

重要的事情说三次。在不少的文章中都已经强调了文案的重要性，而在引导中，文案更是直接作用于用户的操作和对整个产品的理解，对此，引导的文案一定要多打磨，好的文案可以省去不少事情。

4.能不用引导的话就不用引导

虽然我认为引导图是有存在必要的，但是若一个app内引导太多的话，用户会对整个产品的体验有质疑，另一方面也打击用户使用产品的积极性，物极必反。所以若非是新功能上线，大版本更改以及必要的缺省页引导，能不做引导的话就不做。

好的app都是能够善用引导这一块利器，为用户服务之余更是把品牌和产品的气质传达给用户，来电在这一块也在不断得思考，一方面保持自己的特点，另一方面也在学习并弥补自己的不足，更加得完善自身让用户有更好的体验。



微信扫一扫

订阅每日移动开发及APP推广热点资讯

公众号：CocoaChina

我要投稿

收藏文章

分享到：

1

上一篇：iOS 9人机界面指南(二)：设计策略

相关资讯

9种状态的设计

设备的转向设计：从纵向到横向

案例学习 - 引导用户授权app发送通知的实战技巧

关于在iOS当中实践Material Design的访谈

印象笔记Watch app设计经验分享

故事怎么讲才有逼格？

【个人总结】App中添加标签设计

如何理解UX 设计中的功能动效

你关注过吗？动效设计的空间感

我们为什么需要动效设计



我来说两句



您还没有登录! 请 [登录](#) 或 [注册](#)

~ ~ ~ ~ ~

所有评论 (0)

[关于我们](#) [商务合作](#) [联系我们](#) [合作伙伴](#)

北京触控科技有限公司版权所有

©2015 Chukong Technologies, Inc.

京ICP备 11006519号 京ICP证 100954号 京公网安备11010502020289  京网文[2012]0426-138号