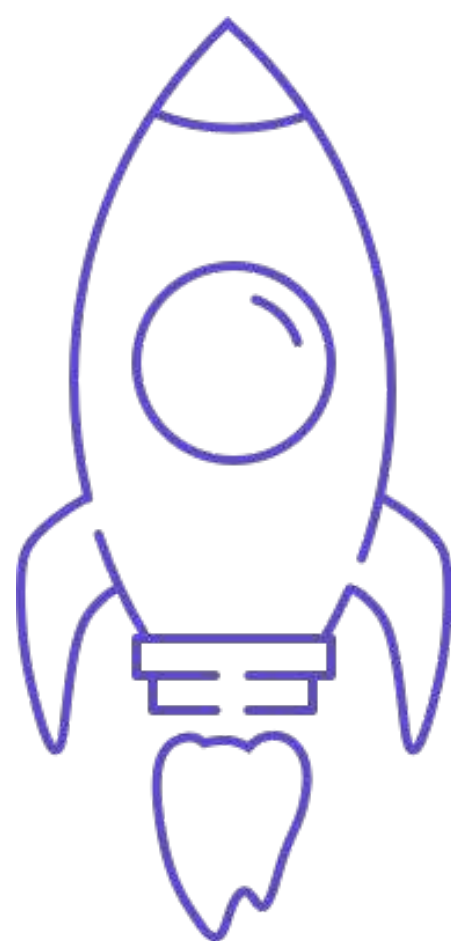




宝玲的作品集

杨宝玲
美团点评



2.5+ 年工作经验

点餐、预点餐等C端业务

云店助手、开店宝、运营后台等B端业务

2017-07至今

美团点评

交互设计师

2016-03至2017-07

eBay

体验设计师

01 重点项目阐述

02 专业影响力

03 创新力

04 团队贡献

01 重点项目阐述

1. 商家反馈平台
2. “老带新”运营活动
3. 叫号取餐

02 专业影响力

03 创新力

04 团队贡献

商家反馈平台

关键要素法

项目背景

当前的商家问题反馈流程长，效率低
需要3种角色流转，解决问题需要2-3天

目标拆解

产品目标

提高商家问题反馈及解决效率
提高问题解决的**有效性**

用户目标

商家：
快速得到**有效**的问题解决方法

运维人员：
保证商家问题**及时有效**得到解决

设计目标

提高效率

提高有效性

关键要素

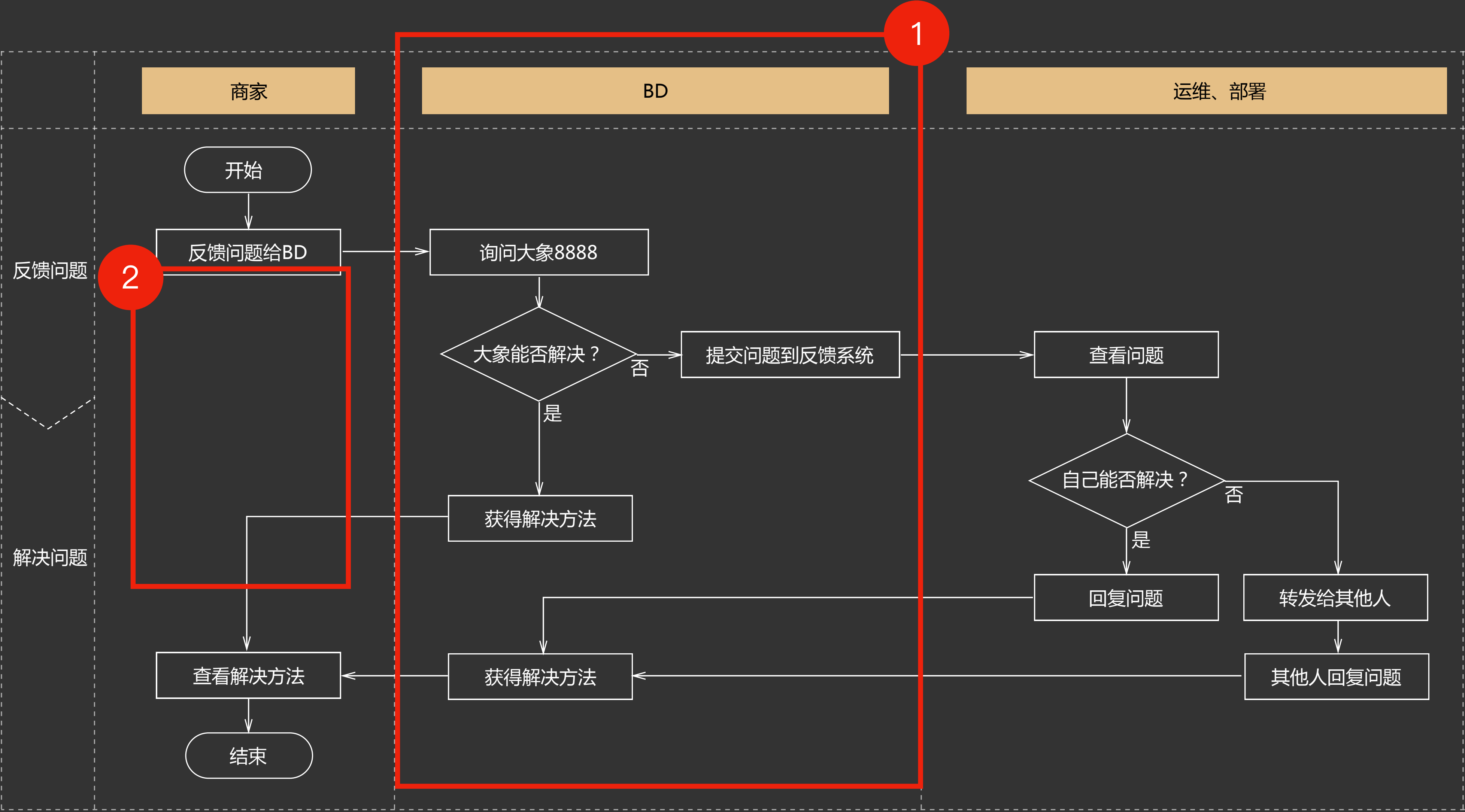
设计目标	当前问题		
提高效率	参与角色多(3种)	回复问题容易拖沓	
提高有效性	解决方法混杂在回复流中	信息传达有折损	问题解决质量无评估

关键要素

设计目标	当前问题		
提高效率	参与角色多(3种) 减少参与角色	回复问题容易拖沓 限定反馈时长	
提高有效性	解决方法混杂在回复流中 分离解决方法和回复内容	信息传达有折损 让运维与商家直接沟通	问题解决质量无评估 引入商家评论机制

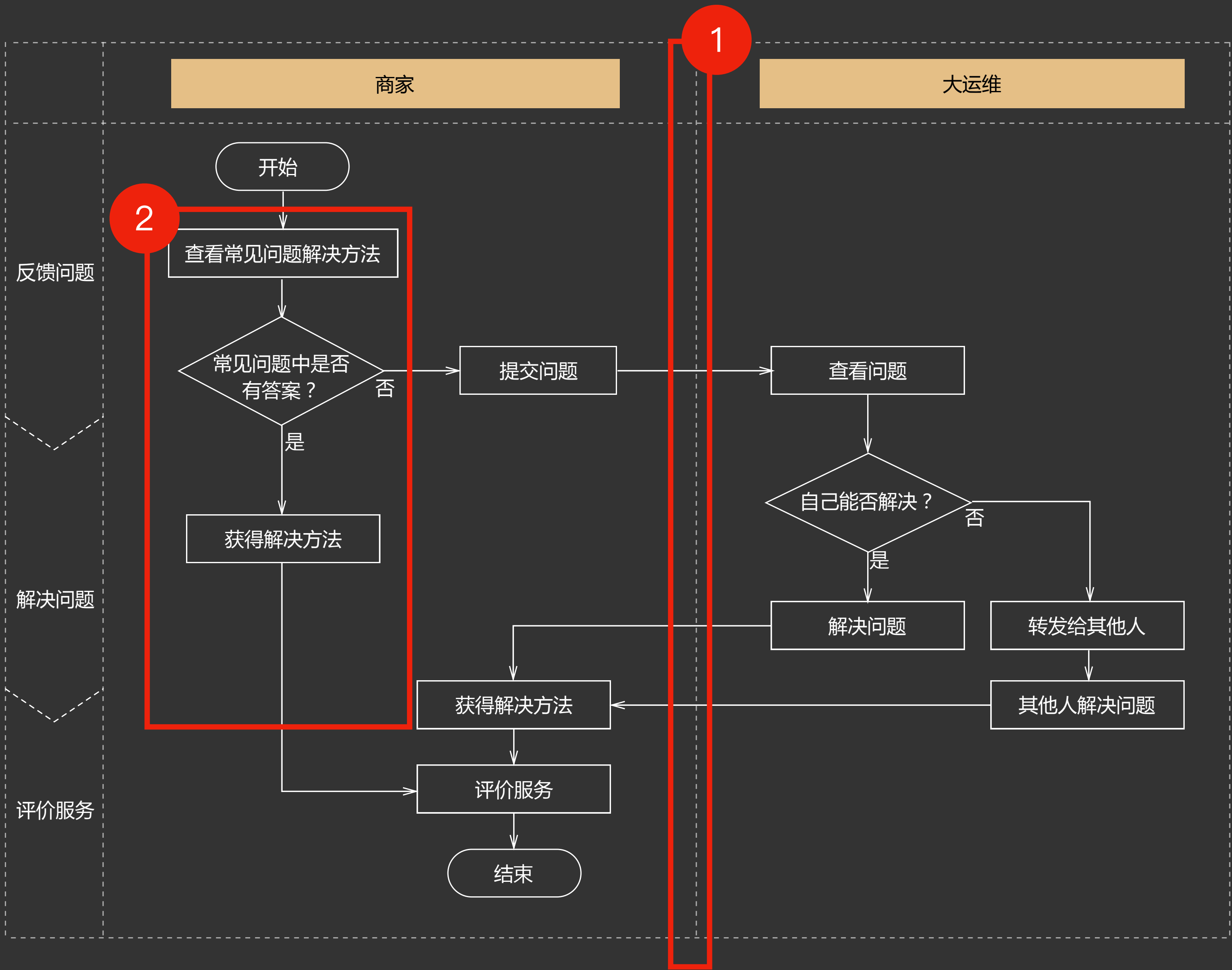
1. 减少参与角色

改进前的流程



1. 减少参与角色

改进后的流程



1. 减少参与角色

问题反馈首页

●●●● Sketch

9:41 AM

100%

×

问题反馈

...

当前门店：肯德基（中山公园店）

常见问题

更多 >

■

点餐秒付

如何绑定桌码

需要更多桌码物料

■

极速开票

录入信息出错如何修改

怎样开电子发票

■

预点餐

如何编辑菜品

如何设置优惠促销活动

■

云店助手

如何设置音量

如何安装云店助手

我的提问

云店助手断网问题，为什么登录我店账号就断网云店助手断网问题，云店助手断网问题，为什么登...

待处理

更新于 2018-09-01

在线提问

常见问题

我的提问

在线提问页

●●●● Sketch

9:41 AM

100%

×

在线提问

云店助手断网问题，为什么登录我店账号就断网云店助手断网问题，云店助手断网问题，为什么登录我店账号就断网云店助手断网问题。

×

×

+

上传照片

业务分类

点餐 >

联系人

张老板

手机号

15221665142

提交

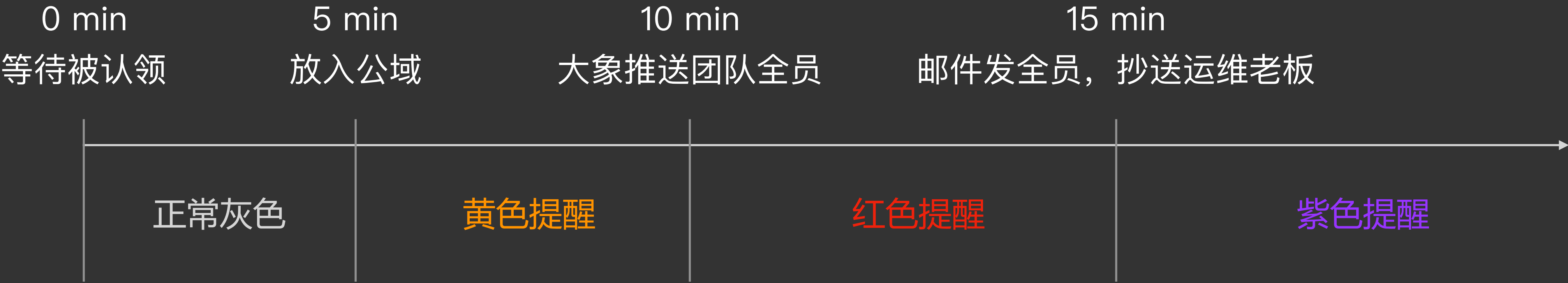
周一至周五09:00-12:00，14:00-18:00，我们将在15min内与您联系，其他时间可能会有延后，请您谅解。

<

>

2. 限定反馈时长

问题提交后时间流转



2. 限定反馈时长

智慧餐厅运营后台

杨宝玲 | 退出

1

首页

微信0费率审核

收银品牌库

设备管理

商家信息

产品运营

二维码管理

问题反馈

商家反馈

商户运维

现场支持

远程支持

商家反馈

商户运维

现场支持

远程支持

业务分类

全部

城市

全部

等待时长

全部

查询

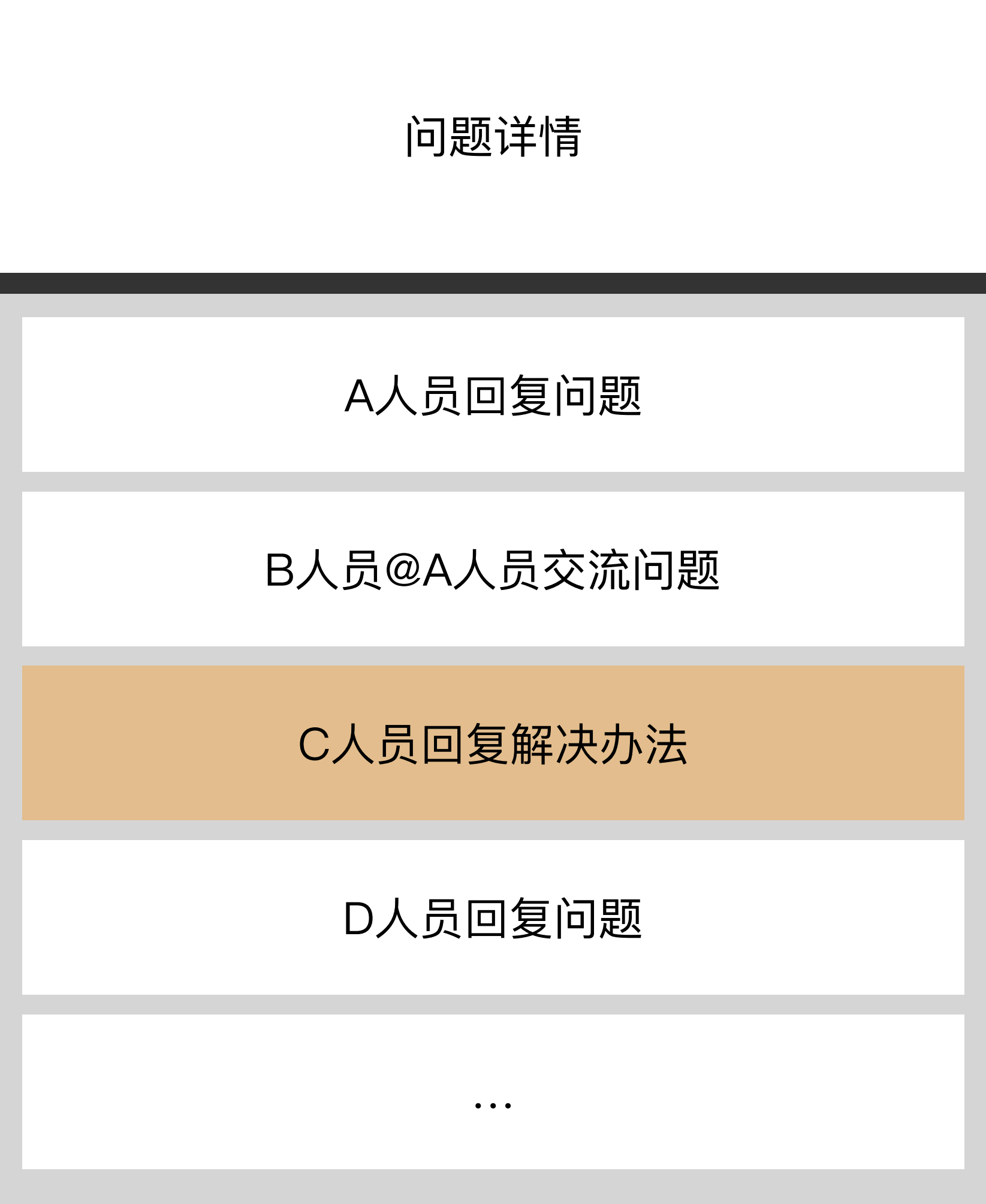
待认领

已认领

编号	业务分类	问题内容	提问人	提问时间	城市	等待时长 (min)	操作
345679	云店助手	POS机出现问题，需要重置授权码...	刘**龙	2017-11-10 07:01	北京	129	认领
345679	秒付	POS机出现问题，需要重置授权码...	刘**龙	2017-11-10 09:12	北京	45	认领
345679	排队	POS机出现问题，需要重置授权码...	刘**龙	2017-11-10 09:44	北京	13	认领
345679	秒付	POS机出现问题，需要重置授权码...	刘**龙	2017-11-10 09:45	北京	12	认领
345679	排队	POS机出现问题，需要重置授权码...	刘**龙	2017-11-10 09:50	北京	7	认领
345679	点餐	POS机出现问题，需要重置授权码...	刘**龙	2017-11-10 09:53	北京	4	认领

3. 分离解决方法和回复内容

设计前 – ASK系统



设计后 – 运营后台



上线后数据

上线前

解决问题经过**3**种角色

解决问题历时**2-3**天

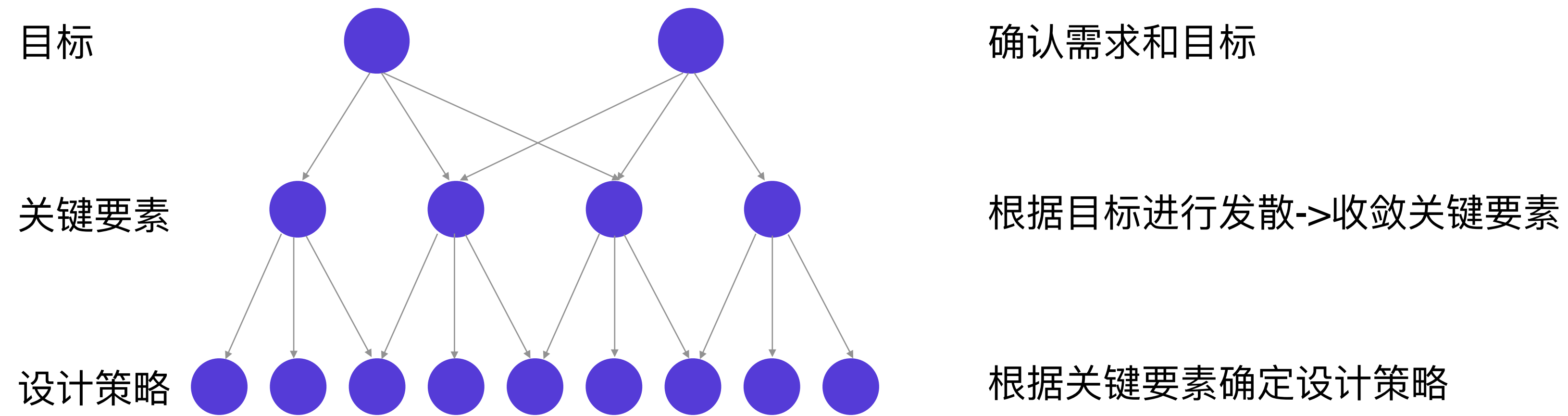
上线后

解决问题经过**1-2**种角色 人力降低**50%**

解决问题历时**15**min内 解决效率提升 **>192**倍

关键要素法

结构化的目标拆解链路



云店助手运营活动

营销心智模型

项目背景

1. 云店助手自开通用户中20%+为朋友推荐
2. 本期运营活动让老商户推荐新商户，并发送补贴

目标分析

产品目标

提升云店助手的注册量

商户目标

1. 顺利参与活动并获取奖金
2. 认知云店助手以及其对本店营业的好处

营销心智模型



用户特征

贪婪
从众
信任权威

体验关键点

突出利益点
突出参与人数
露出美团点评品牌

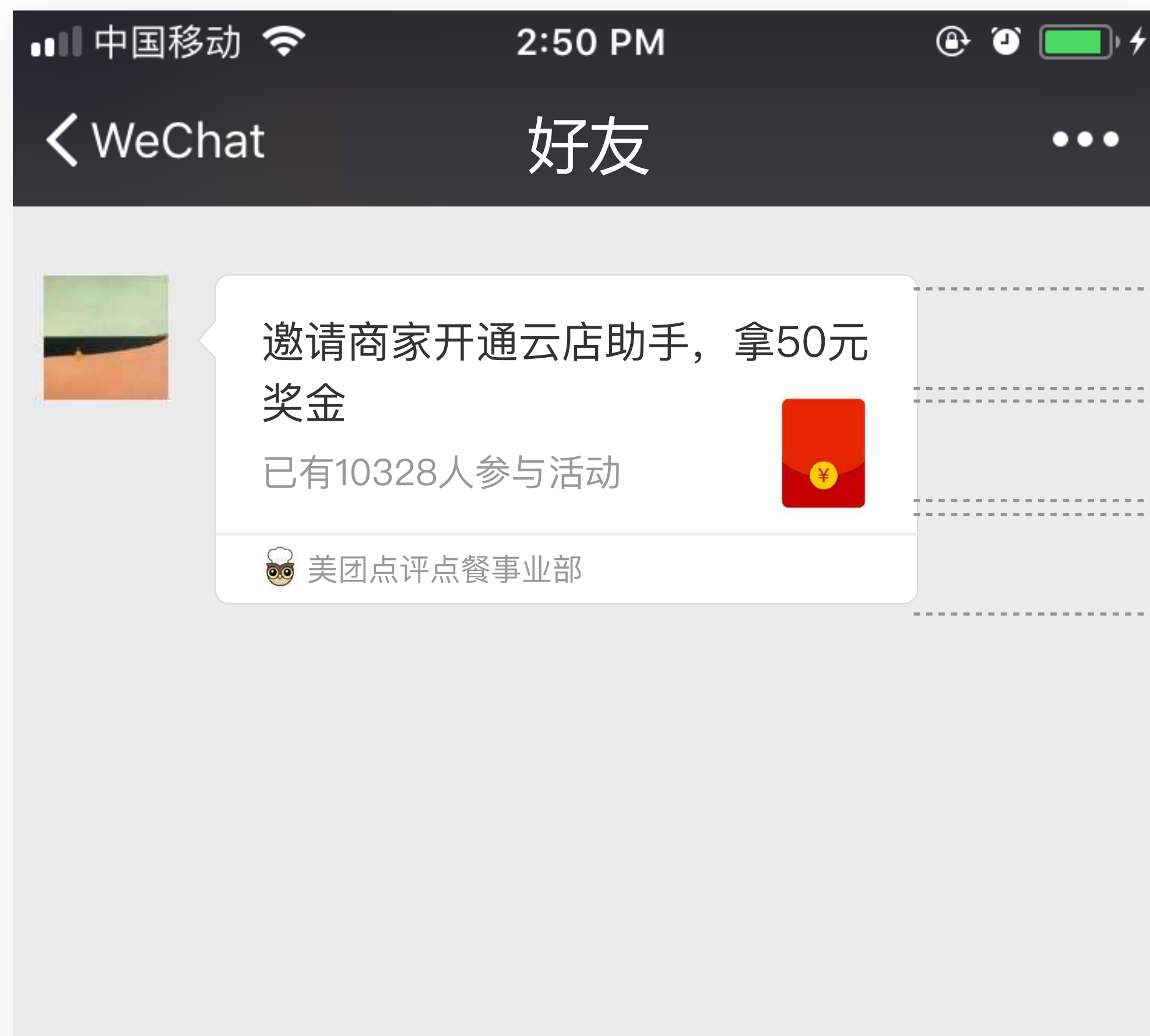
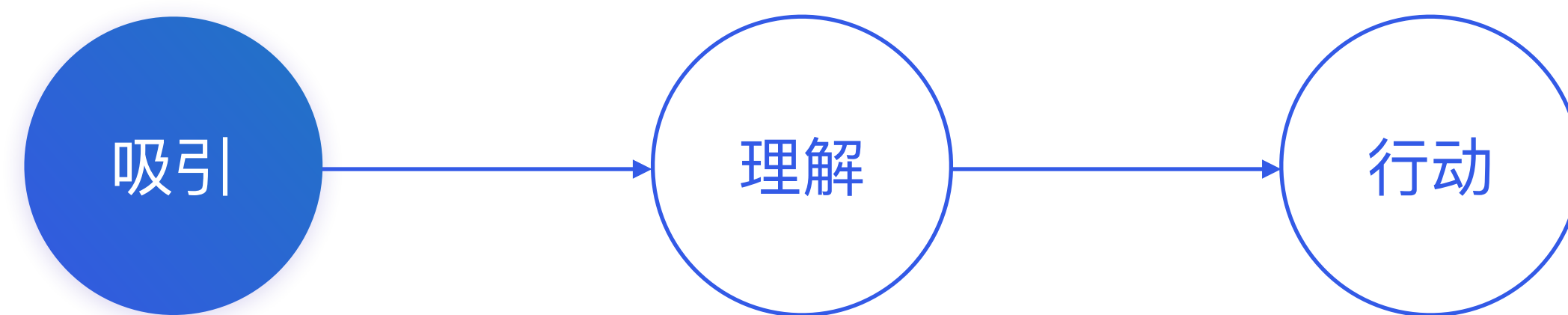
体验目标

- 1. 吸引用户点击
- 2. 让用户放心参与活动

设计策略

- 1. 突出奖金金额
- 2. 红包形式吸引
- 3. 展示参与人数
- 4. 露出美团点评品牌

营销心智模型



突出利益点 -> 贪婪心理

参与人数 -> 从众心理

红包形式 -> 贪婪心理

美团点评品牌 -> 信任权威

营销心智模型



用户特征

忙碌
时间容易被打断
文化水平普遍不高

体验关键点

简短
清晰、高效
接地气

体验目标

用最简短的篇幅传达最
主要的信息

设计策略

1. 精炼标题文字
2. 重要内容放大高亮
3. 用户最关心的内容提前
4. 文案用简单词汇

走廊测试



方案一

×

推荐有奖

⋮

美团点评
点餐事业部

邀请商家开通云店助手

每邀请一个得**50元**奖金

已有**10328**人参与活动

奖金将放入当前美团账号：15221665111 [修改>](#)

立即邀请商家

共邀请到2人 [详情>](#)

参与方式

1. 登录美团账号，点击“立即邀请商家”来邀请商家

2. 商家接受邀请并绑定开店宝账号

3. 商家下载云店助手并用开店宝账号登录使用

4. 奖金发放至邀请者的美团app钱包

文案略长

方案二

×

推荐有奖

⋮

美团点评
点餐事业部

邀请商家入驻云店助手

每成功一个可得**50元**奖金

已有**10328**人参与活动

奖金将放入当前美团账号：15221665111 [修改>](#)

立即邀请商家

共邀请到2人 [详情>](#)

参与方式

1. 登录美团账号，点击“立即邀请商家”来邀请商家

2. 商家接受邀请并绑定开店宝账号

3. 商家下载云店助手并用开店宝账号登录使用

4. 奖金发放至邀请者的美团app钱包

入驻？
成功是指？

方案三

×

推荐有奖

⋮

美团点评
点餐事业部

邀请商家入驻云店助手

可得**50元**奖金

已有**10328**人参与活动

奖金将放入当前美团账号：15221665111 [修改>](#)

立即邀请商家

共邀请到2人 [详情>](#)

参与方式

1. 登录美团账号，点击“立即邀请商家”来邀请商家

2. 商家接受邀请并绑定开店宝账号

3. 商家下载云店助手并用开店宝账号登录使用

4. 奖金发放至邀请者的美团app钱包

入驻？
谁得奖金？

营销心智模型



是什么活动?
有什么好处?

怎么领奖金?

简要理解: 简短清晰

细则理解

营销心智模型



用户特征

懒惰
犹豫
小白

体验关键点

行动点明显
冲击力强
文案清晰

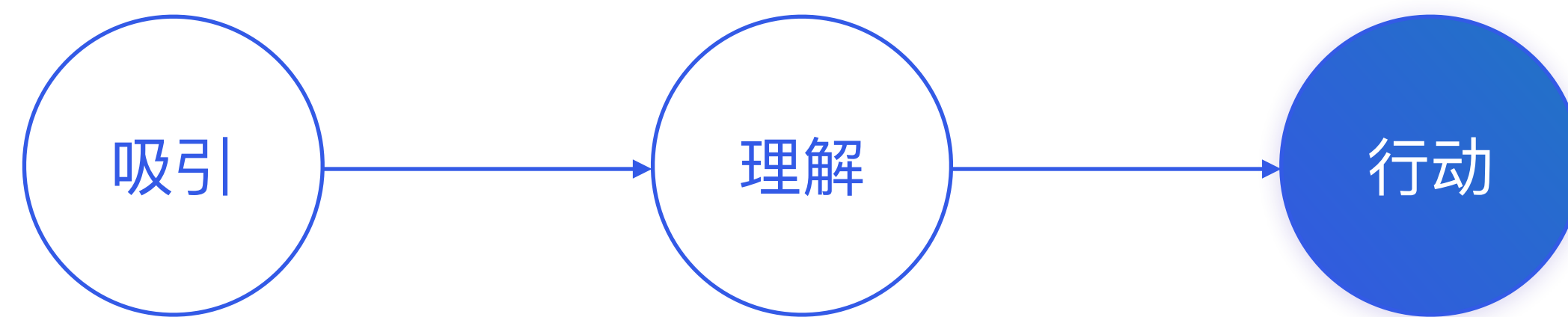
体验目标

让用户不假思索就可以
参与活动

设计策略

1. 放大主操作按钮
2. 明亮、高饱和的色彩
3. 简洁清晰的主操作文案

营销心智模型



行动点：
放大按钮
明亮、高饱和的色彩
简单清晰的文案

心智模型

吸引、理解、行动、分享

用户特征、体验关键点、体验目标、设计策略

走廊测试

跳出自己的思维定式，让用户说话

吸引

心理	核心思想	具体操作
贪婪	突出利益点	免费、优惠券、奖金
贪吃	突出食物	美味、让人垂涎的食物
好色	异性吸引	美女、帅哥、露
好奇	设置悬疑	解谜题
从众	时事热点	世界杯、美国总统选举
喜欢宠物	卖萌	萌萌哒的动物
喜好	你喜欢的人	明星代言
视觉	表现层明显	动图、大图、颜色鲜艳
懂你	个性化推荐	根据用户浏览数据推荐商品

理解

心理	核心思想	具体操作
注意力有限	精简、有序	精简文字，表达简练
对图的感知更快	图文并茂	配图说明
锚定效应	对比	数据与数据的对比，形象表达数据大小
已有心智模型	比喻	用简单的事物来比喻复杂事物，将强理解
动态更易吸引注意力	动态展示	视频、gif

行动

心理	核心思想	具体操作
视觉感受	突出操作按钮	按钮放大、颜色明显
稀缺	限时、限量	限时特惠，数量有限、售完为止
从众	优化引导文案	说明多少人已参与了活动
信任权威	用权威人物代言	专家代言
喜好	用户喜欢的人代言	明星代言
损失厌恶	不做这个就会损失	如蚂蚁森林，不来取能量，就会被别人取走
自我实现	帮助他人/社会	做有益他人的事

分享

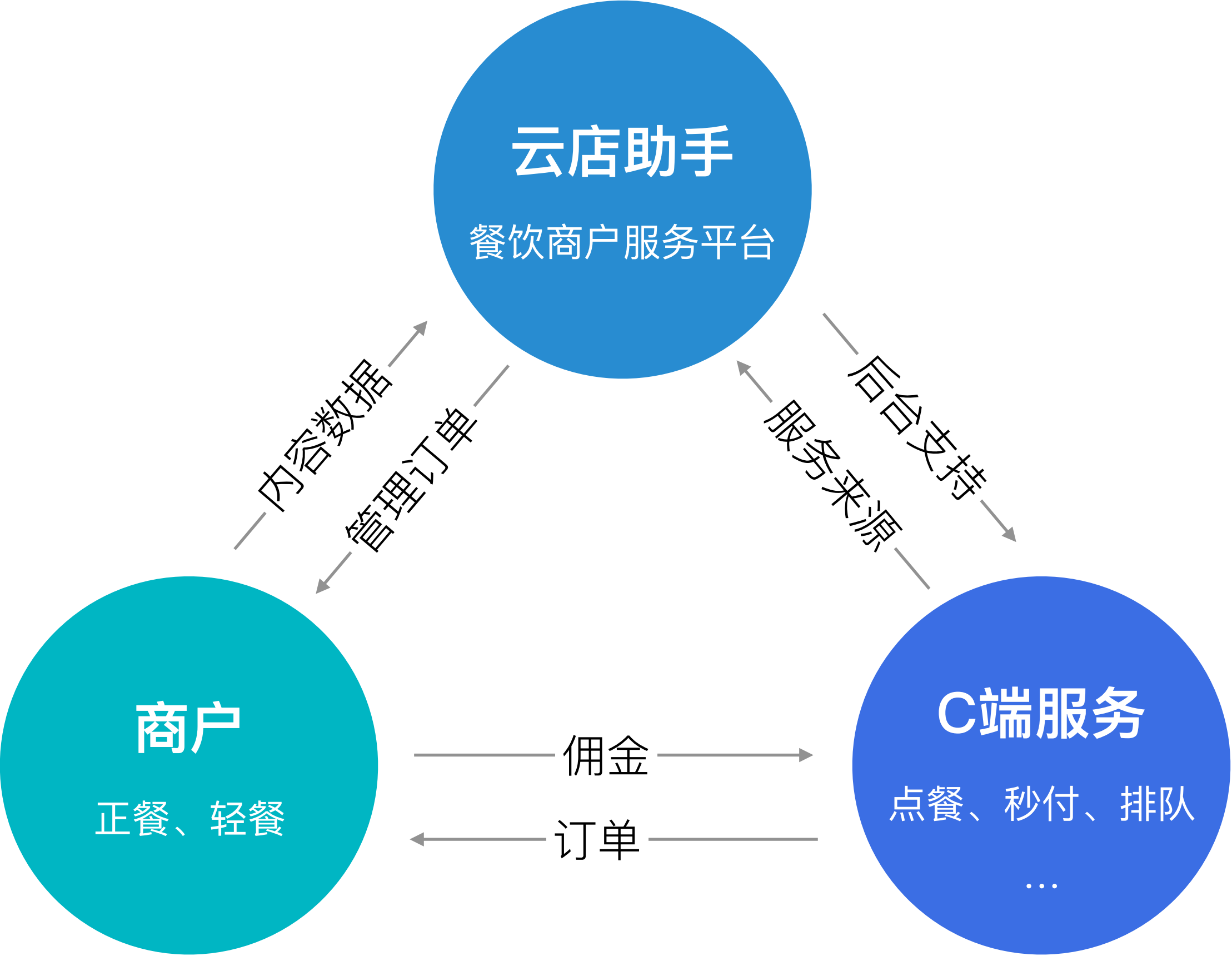
心理	核心思想	具体操作
互惠	先给小恩小惠	先发个优惠券，再鼓励分享
贪婪	分享后受利	分享者可得奖金、优惠券，或可免费
受尊重的需求	表现自我	可发自拍、自己的测试成绩等等
自我实现的需求	奉献社会	分享可帮助残疾人、穷孩子、环保事业

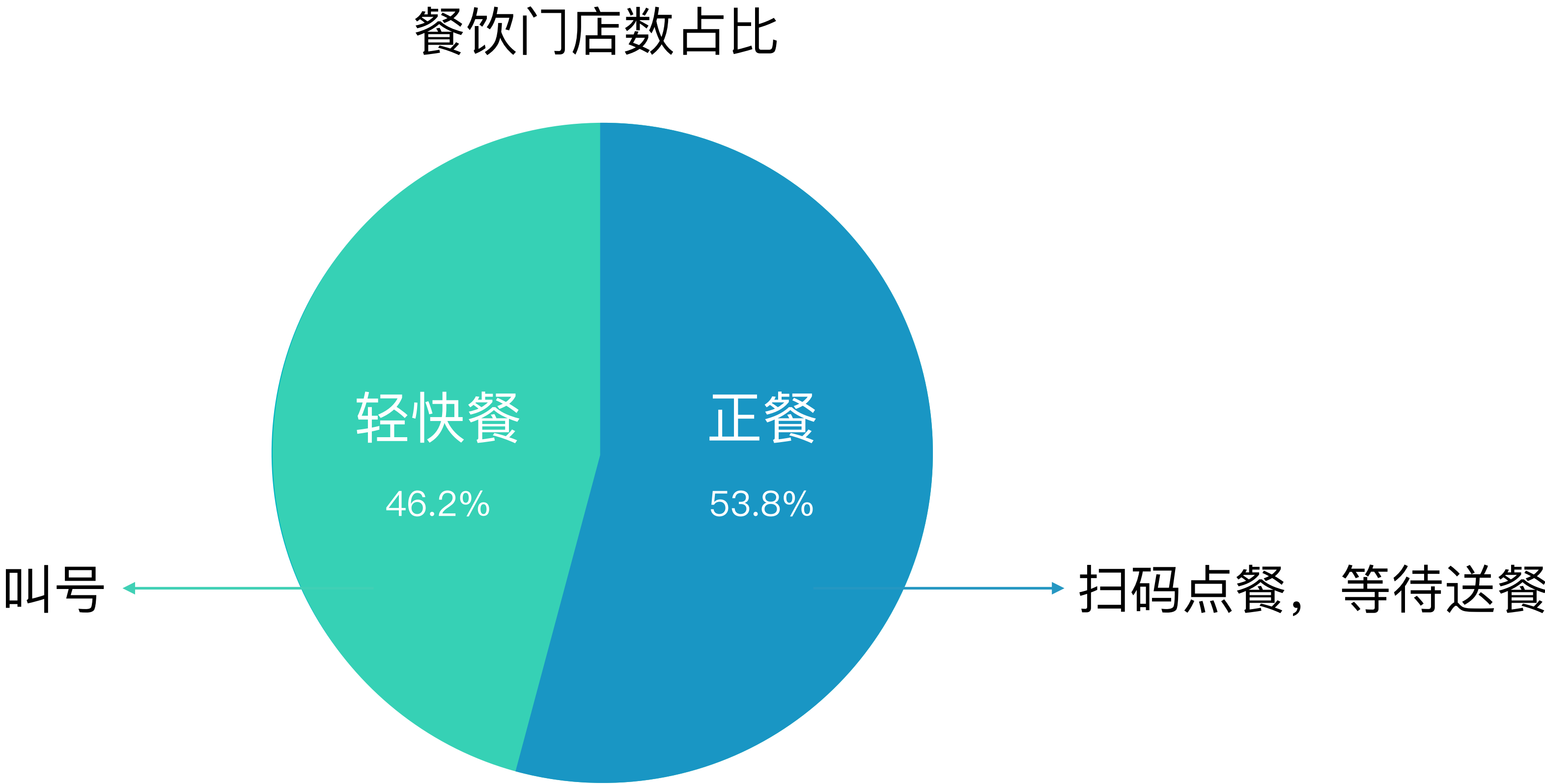
叫号取餐

分层渐进法

战略层

明确产品目标和用户目标





数据来源：<http://www.canyinj.com/news/9543.html>

表现层



框架层



结构层



范围层



战略层

产品目标

通过叫号取餐打入轻快餐市场，提高云店助手的DAU

用户目标

商户目标：

1. 及时触达顾客，完成取餐
2. 节省叫号器配置成本

顾客目标：

及时收到叫号通知并完成取餐

范围层

明确产品功能和优先级

疑问点梳理



- 1. 商家叫号流程如何？ 点餐->备餐->取餐->已取餐？
- 2. 叫号工具是什么样？ 如何操作？
- 3. 叫号有几种模式？

叫号取餐调研



门店选择

轻餐（3）： 肯德基、麦当劳、汉堡王

快餐（3）： 黄焖鸡、瓦晒酸菜鱼、麻辣烫

调研方法

到店走访 + 网络调研

叫号取餐调研

麦当劳

1 对照屏幕备餐，备餐后，点击号码同步至前台电脑

2 用户凭小票取餐

3 服务员手动销号

表现层



框架层



结构层



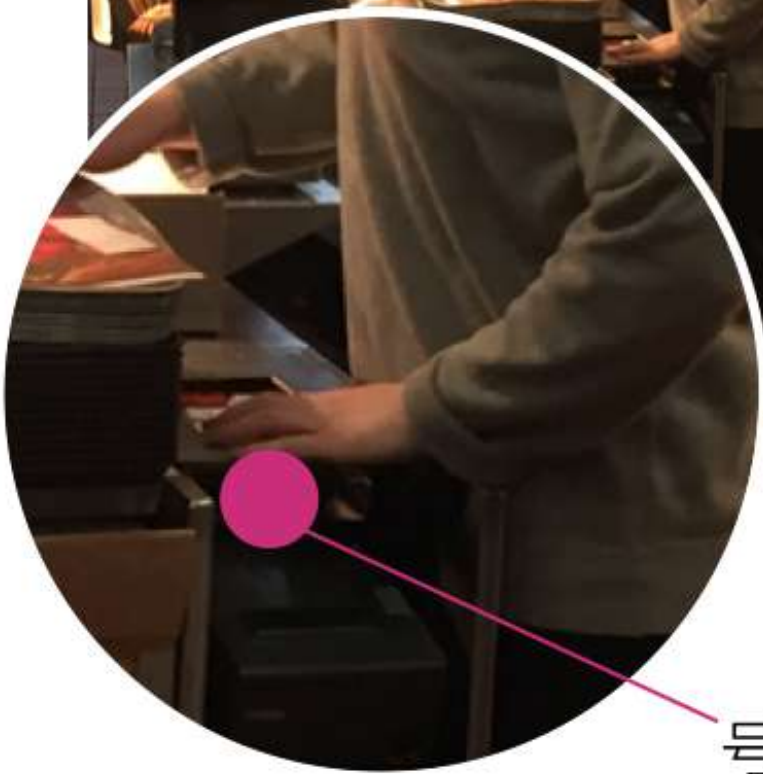
范围层



战略层



待备餐信息屏



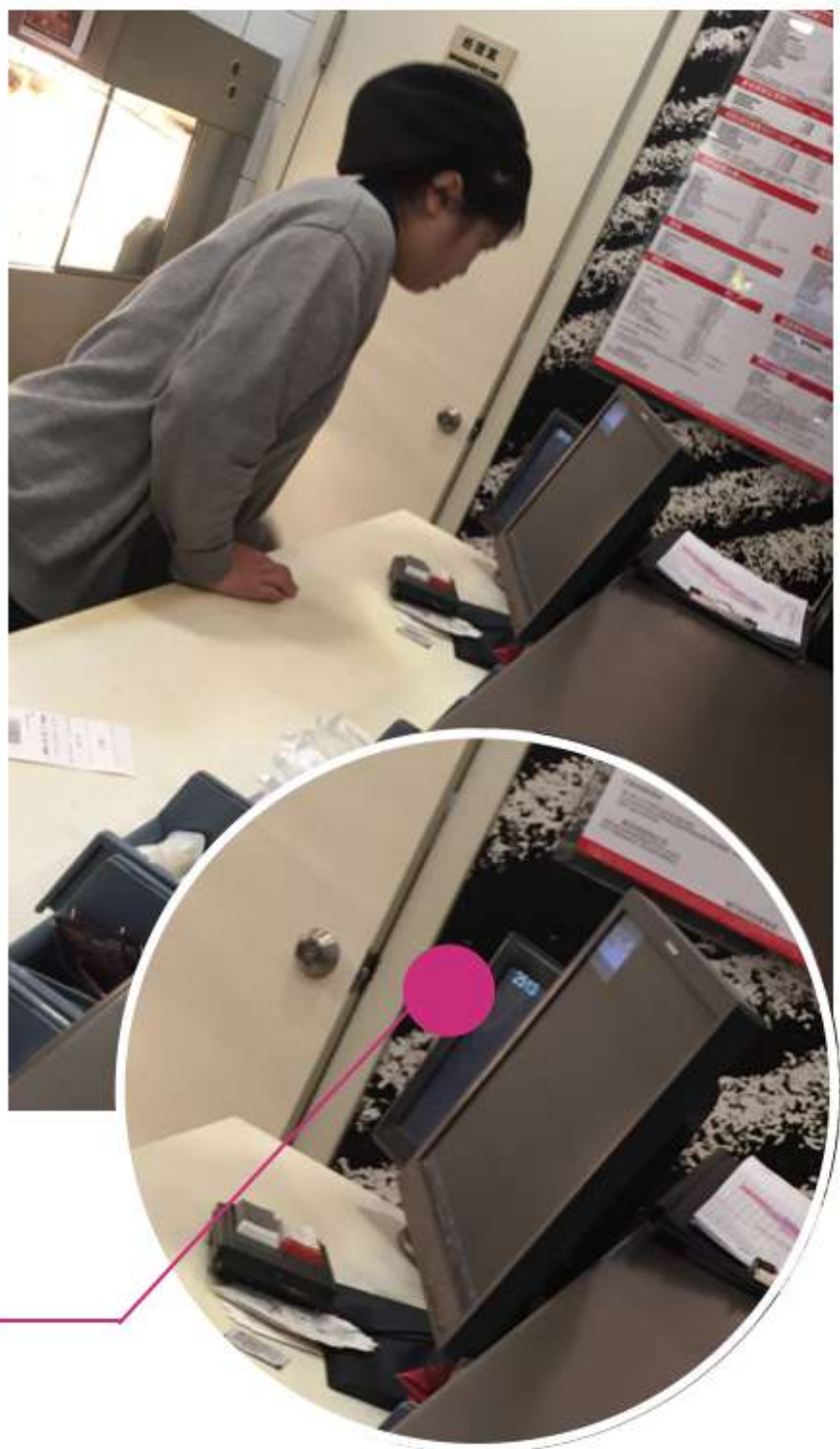
号码操作器



备餐完成号码
展示屏幕



待取餐号码
展示屏幕



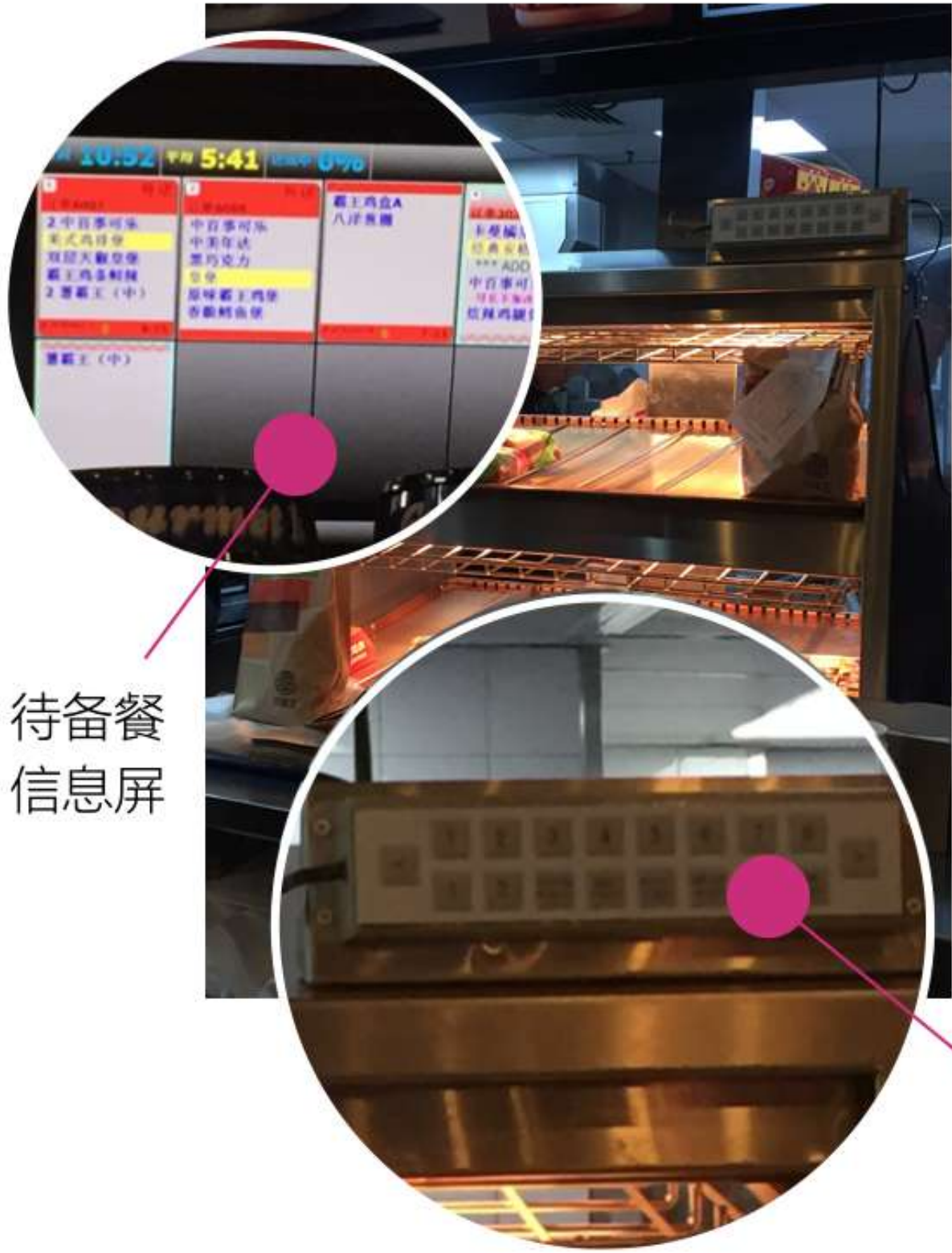
叫号取餐调研

汉堡王

1 对照屏幕备餐，备餐后，
点击号码叫号

2 用户凭小票取餐

3 隔断时间手动清空屏幕一次



叫号取餐调研

肯德基

1 服务员扫小票码叫号



扫码器

2 用户凭小票取餐



3 服务员扫小票码销号



表现层



框架层



结构层



范围层



战略层

叫号取餐调研

黄焖鸡



取餐牌

取餐号操作台

- 1 服务员给取餐牌
- 2 备餐后，点击号码叫号
- 3 取餐牌想起，用户取餐，关闭取餐牌

叫号取餐调研

手动叫号器

表现层



框架层



结构层



范围层



战略层

1 只有纯数字键盘



2 有上下键，点击顺序叫号。



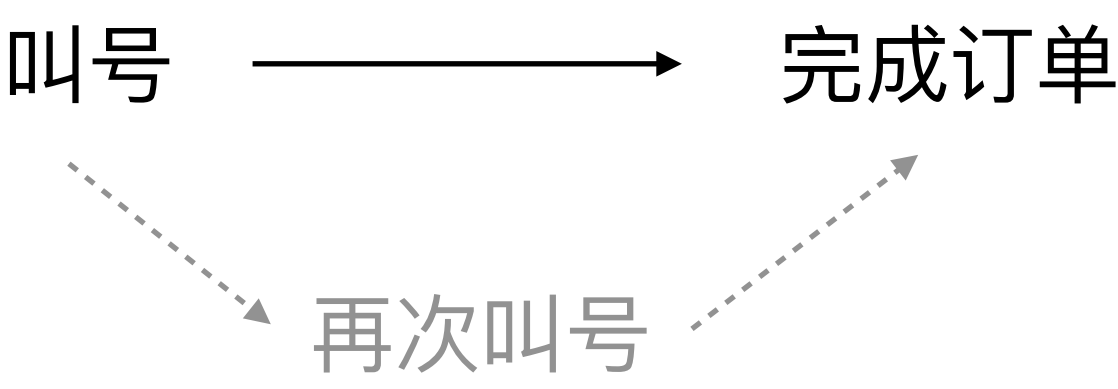
3 有上下键，点击查找历史记录，再叫号



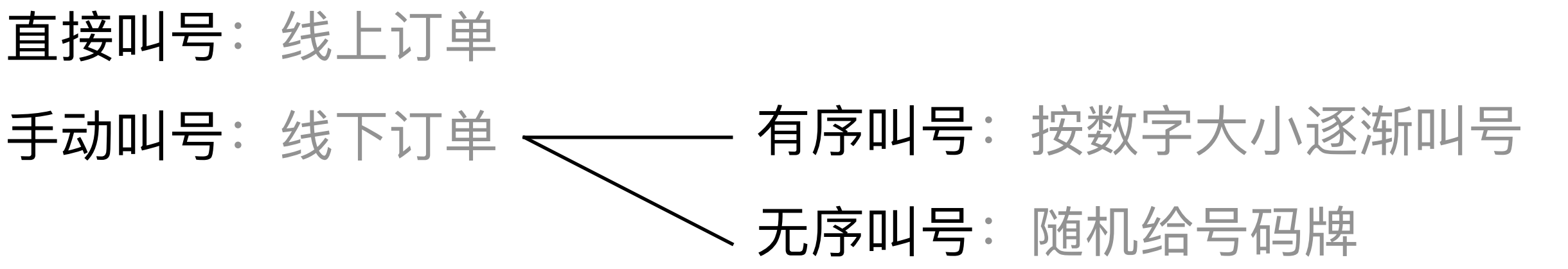
叫号取餐调研 – 调研结论



叫号流程



叫号模式



叫号取餐 – 功能点

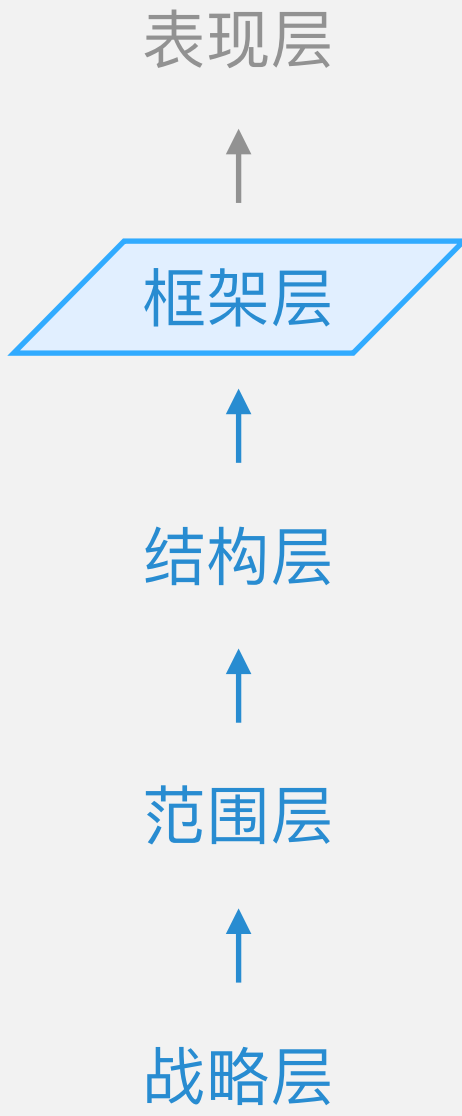


商户	叫号	再次叫号	已取餐	手动叫号	连续叫号	push通知	短信通知	叫号声音	显示屏
摊位商户	✓✓	✓✓	✓✓	✓	✓	✓✓	✓	✓	✓
门店商户	✓✓	✓✓	✓✓	✓	✓	✓✓	✓	✓✓	✓

✓✓ 重点关注 ✓ 一般

框架层

梳理页面布局 and 元素



云店助手

业务开通

点餐秒付

设置

订单明细

叫号取餐

营业统计

营销中心

结算中心

线下订单叫号

显示屏

线上订单叫号	线上订单叫号
线上订单叫号	线上订单叫号
线上订单叫号	线上订单叫号
线上订单叫号	线上订单叫号

低频次要操作

高频主要操作

表现层

输出产品最终样式

表现层



框架层



结构层



范围层



战略层

云店助手 – PC端



状态一 未叫号

取餐号

1010

叫号

已取餐

状态二 已叫号

取餐号

1008

再次叫号

已取餐

状态三 已取餐

取餐号

1005

已取餐



云店助手 – 手动叫号窗口

手动叫号

请输入取餐号

1

2

3

4

5

6

7

8

9

上一个

0

下一个

叫号

“当前数字-1”叫号

手动叫号

请输入取餐号

1201

1

2

3

4

5

6

7

8

9

上一个

0

下一个

叫号

“当前数字+1”叫号

月叫号总订单数

1761918

云店助手DAU

提高7.3%

对一个需求的线下情况不了解?



整理问题



深入线下，回答问题



取其精华，指导设计

01 重点项目阐述

02 专业影响力

1. 用户调研推动产品
2. 心智模型分享
3. 公众号/知乎写作

03 创新力

04 团队贡献

1. 用户调研推动产品

第一部分 环境观察

1. 了解商家硬件环境、门店环境

图片/视频采集

1. 商家收银台的所有设备整体照片

2. 收银员操作云店助手照片

3. 收银员与工作台的

3. 店内环境照片

4. 店内桌码照片

2. 了解用户扫码点餐

图片/视频采集

1. 收银台和用户用餐

第二部分 用户访谈

1. 请描述下一天的工作流程（When, What, Where, Why, How），重点关注使用的设备。

早上上班前	上班时（忙时）	上班时（闲时）	下班前	下班后

2. 若是决策者（如店长、老板），询问其决定使用云店助手的依据是什么。

决策依据

上上谦 (主管)	上上谦 (收银员)	二缺二成都老 火锅（收银)	泰妃殿 (老板)	百素我家 (店长)	平均分
8	8	8	6	6	7.2

第三部分 硬件情况

1. 当前收银设备硬件情况

正餐单店

瓦晒酸菜鱼 (收银员)	平均分
9	9

轻餐连锁

九丸拉面 (副店长)	永康牛肉面 (收银员)	平均分
10	9	9.5

轻餐单店

石八舍 (收银员)	化骨绵掌 (领班)	平均分
6	6	6

总的平均分

7.77777777777778

满意度

序号	维度	问卷内容
1	主观 指标	我认为云店助手能有效满足我的经营需求
2		我认为云店助手使用起来很容易
3		我认为云店助手使用起来很友好
4	通用 维度 指标	云店助手响应速度快、页面打开速度快
5		遇到问题知道如何反馈和处理
6		页面整洁有序、色彩美观
7	业务 指标	使用云店助手能大大提高订单量
8		我愿意引导顾客使用扫码点餐
9		顾客扫码点餐大大减轻了人力
10		我知道云店助手首页可以开通更多业务
11		我可以决定是否开通更多新业务
12		我无需专业人员帮助即可完成新业务开通
13		我需要经常看浮球上的通知信息

1. 商户遇到问题不知道如何反馈
2. 对开通新业务入口感知非常弱
3. 收银员无开通新业务权限
4. 开通过程复杂

1. 用户调研推动产品

一、自开通优化

云店助手
美团点评餐饮商家端

业务开通

[返回](#) 开通点餐业务 客服电话：10105557

1 选择支付顺序

2 确认资质和银行卡

资质类型 默认资质名称默认资质名称默认资质名称

银行卡 张立伟 (银行卡 4092*****1233) [新建银行卡信息](#)

所选银行卡基本信息 (暂不支持修改)

银行账户信息 (用于结算业务费用)

账户类型	对私账户	开户名	张三丰	银行卡号	6666*****8243	联系人	张三丰	联系电话	1522221111
------	------	-----	-----	------	---------------	-----	-----	------	------------

业务结算信息

结算方式	交易后第二个工作日	费率	0.38% (微信、支付宝、银行卡)
------	-----------	----	----------------------

☐ 已阅读并同意协议

上一步

完成

上线后

平均耗时 58min

降低 18.3%

云店助手月UV

平均耗时 71min

1. 用户调研推动产品

二、帮助中心



帮助中心月UV

2573 约10%商户使用

云店助手月UV

24510

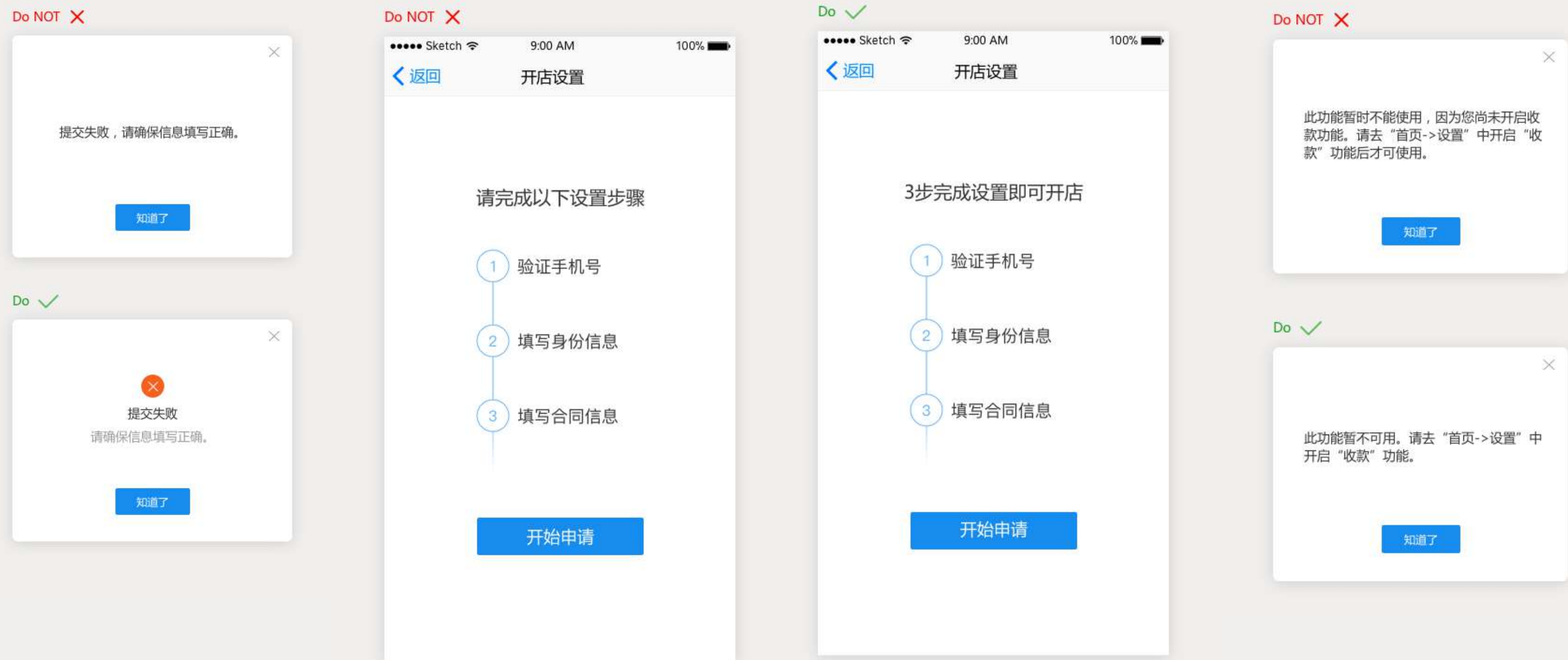
3. 公众号/知乎写作

公众号BaolingUX

1720+粉丝，书写设计总结

【交互细节1】 文案！ 文案！

393阅读



3. 公众号/知乎写作

每日分享
27篇



BaolingUX

每日分享

2018-06-08

【设计法则】之西蒙效应（Simon effect）

西蒙效应指的是，当反馈发生在相同的相对位置时，即使这个地方跟任务没有关联，用户的反应时间会更快，反应也更加准确。

举个例子：

支付宝最早的版本，点击支付按钮，出现的是toast提示，此时，操作区域和反馈toast分别在屏幕的下方和中间，用户反应会慢一些。



后来大家都知道了，支付成功直接放在了按钮上面，同一个位置的反馈，让理解更轻松，反应更快。



若本内容对您有用，欢迎转发给朋友~

by Baoling，一个不设限的设计师

微信扫一扫关注 | 交互 | 产品 | UI | 职场



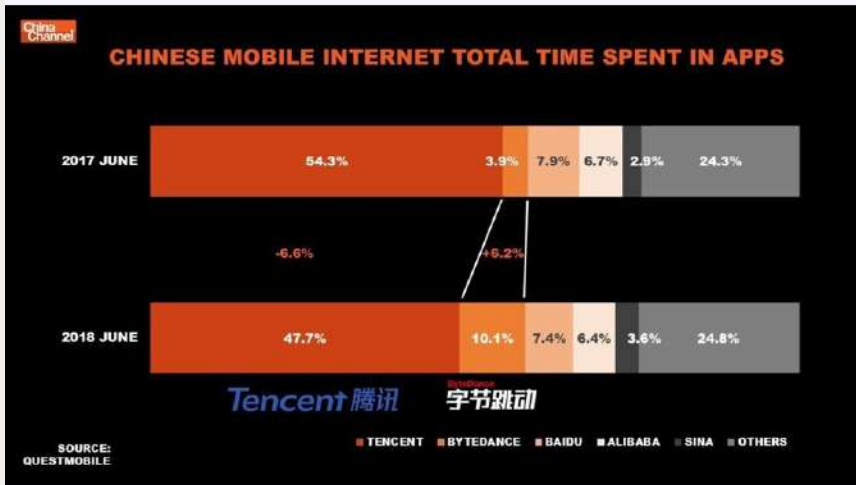
BaolingUX

每日分享

2018-08-03

【产品】字节跳动的崛起

从下图可以看出，字节跳动对人们使用app时间的占领，在一年时间里，从3.9%（17年6月）提高到了10.1%（18年6月），侵占的是腾讯的市场份额。



分析了一下字节跳动的模式，以抖音为例，总结其占用时间长的原因大致如下：

1. 及时满足

娱乐、美女、搞笑、吸引眼球，都是马上能满足你的内容，与心理学中的延迟满足感正好相反。

2. 交互极简

你只需要被动接受推给你的视频就可以了，不喜欢可以马上滑掉，一点思想负担都没有，不需从海量信息中筛选要看哪个视频，不需要犹豫。

3. 不确定性奖励

下一条视频就像是盒子里的巧克力糖，你永远不知道会是什么。这就更激发了你的期待感。就像抢微信红包时，随机红包玩起来总是更刺激一样。

4. 沉浸式

抖音顶部隐去时间，每个视频全屏展示。就像赌场里不设时钟，不设门窗一般，让你专心在这里下注。

5. 个性化推荐

你喜欢看什么，就越给你推荐什么。喜欢刺激的人会收到更多刺激性的视频，喜欢学习的人会收到更多学习类的视频，各取所需。



BaolingUX

每日分享

2018-07-02

【心智模型】之 AIDA 模型

AIDA模型是销售领域经常使用的心智模型，用于评测广告效果。由斯特朗在1925年引入广告效果评价。AIDA具体含义如下所示：

Attention:	注意
Interest:	兴趣
Desire:	欲望
Action:	行动

具体实施步骤是：

1. 让潜在客户听你说，吸引注意力。
此处需要先回答一个问题“为什么我要听你说”；

2. 引起潜在客户的兴趣；
想客户介绍产品特色，引起兴趣；

3. 激发对方的购买欲望；
找到产品特点和客户购买欲的切合点；

4. 完成销售；
客户购买了你的产品；

这个模型可以应用到互联网营销设计中，从哪些点来吸引注意力、哪些点介绍产品、哪些点切中痛点、以及哪些点完成购买。

注意，这四个步骤顺序不能颠倒。

若本内容对您有用，欢迎转发给朋友~

by Baoling，一个不设限的设计师

微信扫一扫关注 | 交互 | 产品 | UI | 职场
欢迎转发



BaolingUX

每日分享

2018-05-31

【视觉】评罗辑思维得到的新logo



前天罗辑思维在直播频道里讲了新Logo的设计和选择。大家一致认为这个Logo丑，但最后还是选了这个logo，为什么呢？

罗胖说到，logo的作用就是要让你在不用读任何说明书的时候就知道这个东西是干嘛的，与它的美感功能相比，它的信息传达和传播功能更重要。就像火遍大江南北的神曲，并不是因为好听，而是因为特征足够鲜明，有洗脑的效果。



老板和设计师看待产品logo的角度确实不一样。想起之前给老板设计一个新产品的logo，做了许

01 重点项目阐述

02 专业影响力

03 创新力

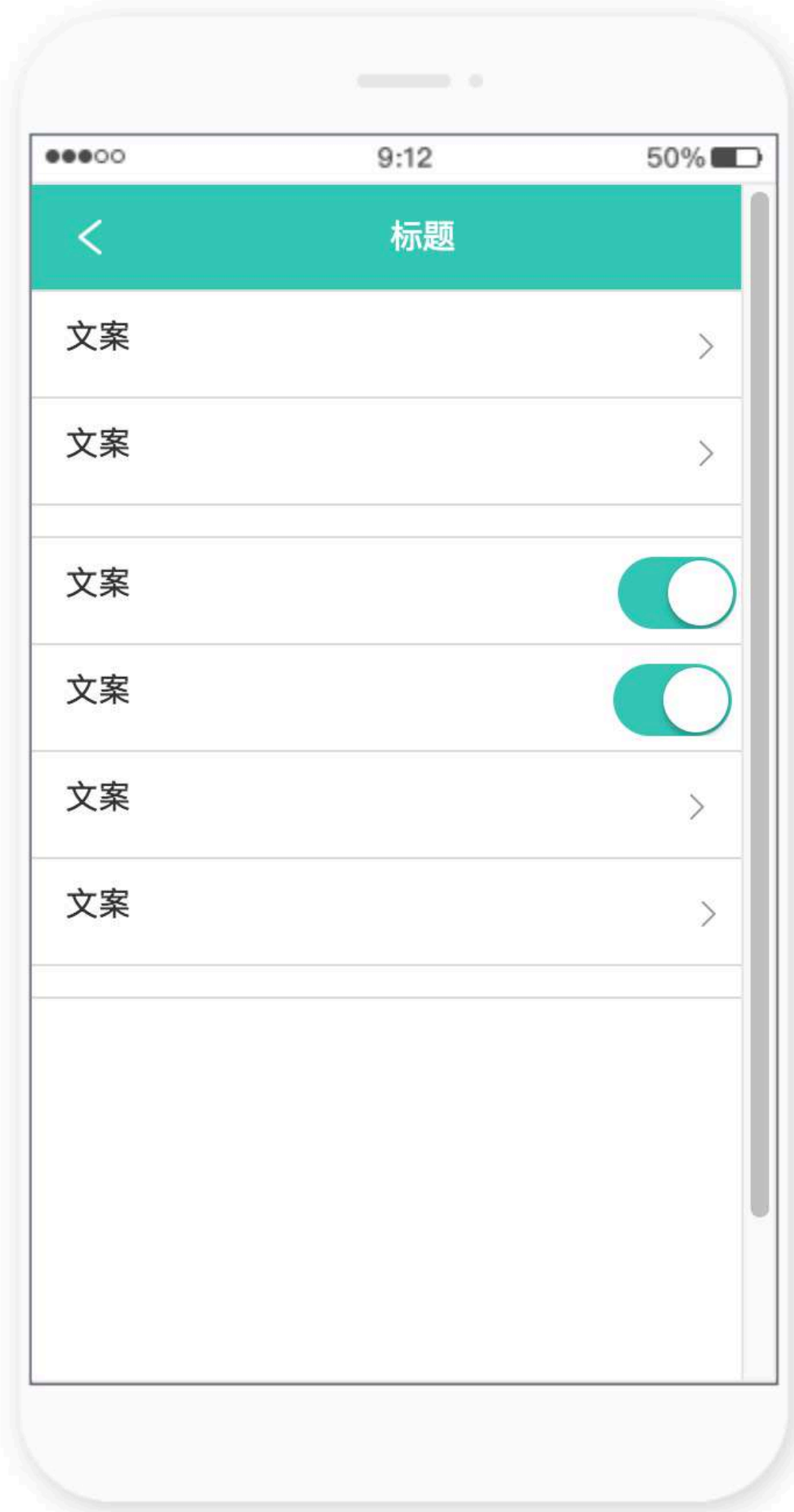
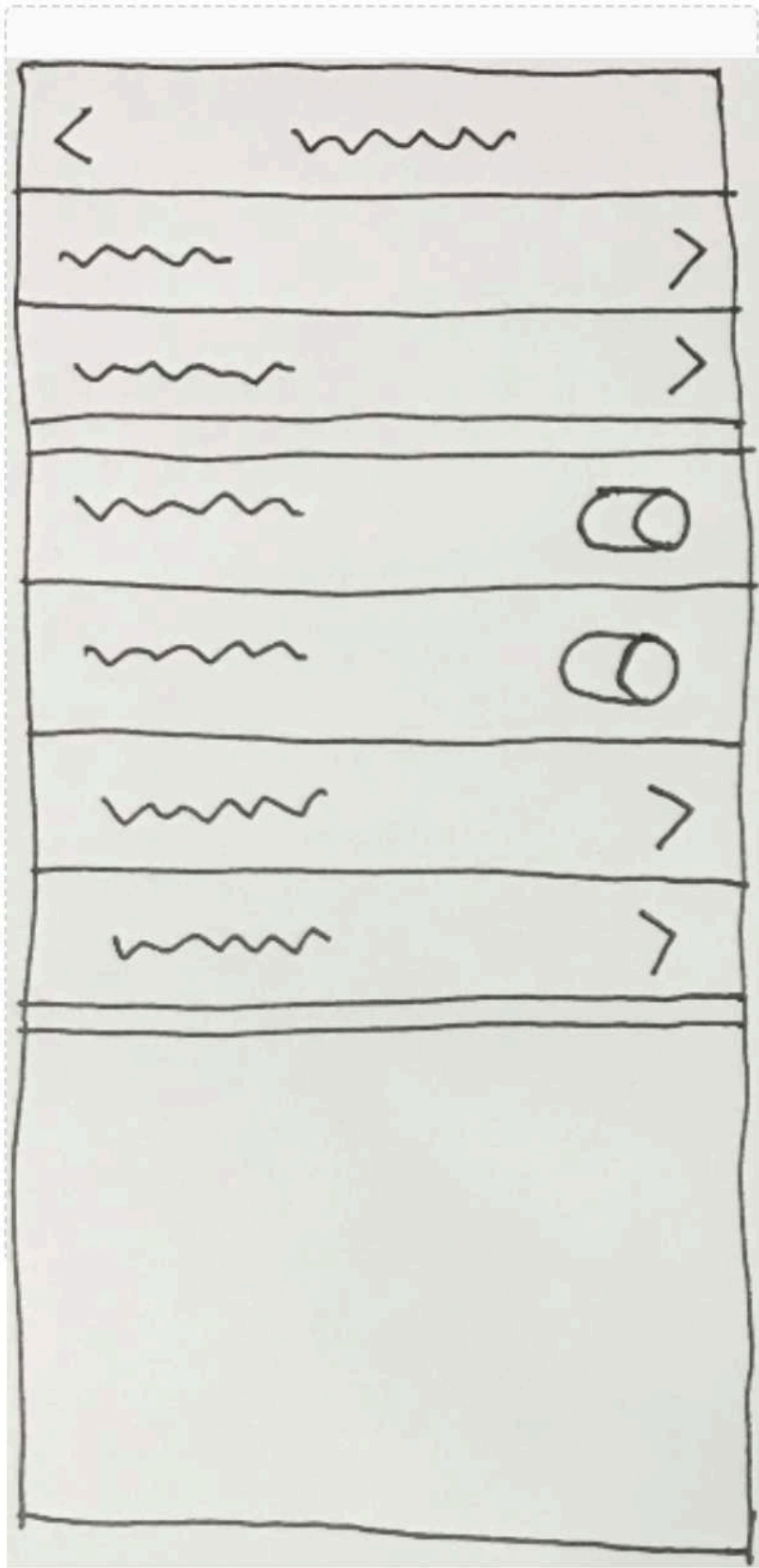
1. AI设计一级发明专利
2. Ideathon第5名

04 团队贡献

手绘草图 → 生成的界面

AI设计发明专利

专利名: 人工智能UI草图渲染为高保真原型技术方案
成 果: 获得一级发明专利



2017年 Ideathon第五名

Idea: 《月租酒店》

成果:

1. 获得全公司（包括北京、上海、厦门等地区）前五名，奖品小蚁相机
2. 获得酒旅老K的当场认同，并让我联系酒旅事业部的涂凌云沟通本项目

01 重点项目阐述

02 专业影响力

03 创新力

04 团队贡献

例会组织/记录

The image features a white background with several solid purple circles of different sizes. One small circle is in the upper left. A medium-sized circle is on the left edge. A large circle is on the right edge. A very large, light purple circle is at the bottom center, partially cut off. The word "Thanks" is centered in a bold, purple, sans-serif font.

Thanks