

2019 × UI DESIGNER
LEMONS

设计沉思集。

- 助力业务正确决策
- 提升部门设计产能
- 探索产品差异化创新



卢梦希 •

UI 设计师 3 年经验 艺术类 本科

139-129-774-48
329454474@qq.com

#APP设计 #网页设计 #运营设计 #插画手绘

2016.05 – 至今 青颖飞帆软件科技有限公司 UI设计组组长

- 主导公司PC端、移动端产品UI设计/运营设计；
- 根据需求分析确立产品设计风格，输出高质量设计稿，建立和完善产品视觉规范；
- 通过科学方法论为产品提供合理的系统化解决方案，上线后通过数据驱动设计，不断迭代优化；
- 规范部门设计流程，给其他设计师分享设计心得，帮助团队成长；

设计思维概述。

- 贯彻前、中、后、设计思维

设计目标

助力产品提升颜值、体验、数据



前 产品分析

5WH产品分析

竞品分析

用户分析

中 精细度提升

优化视觉层次

视觉精细度

视觉走查

后 持续优化

数据验证

任务测试

视觉可用性测试



青书学堂

App改版设计
助力教育类产品差异化创新



设计效果展示。

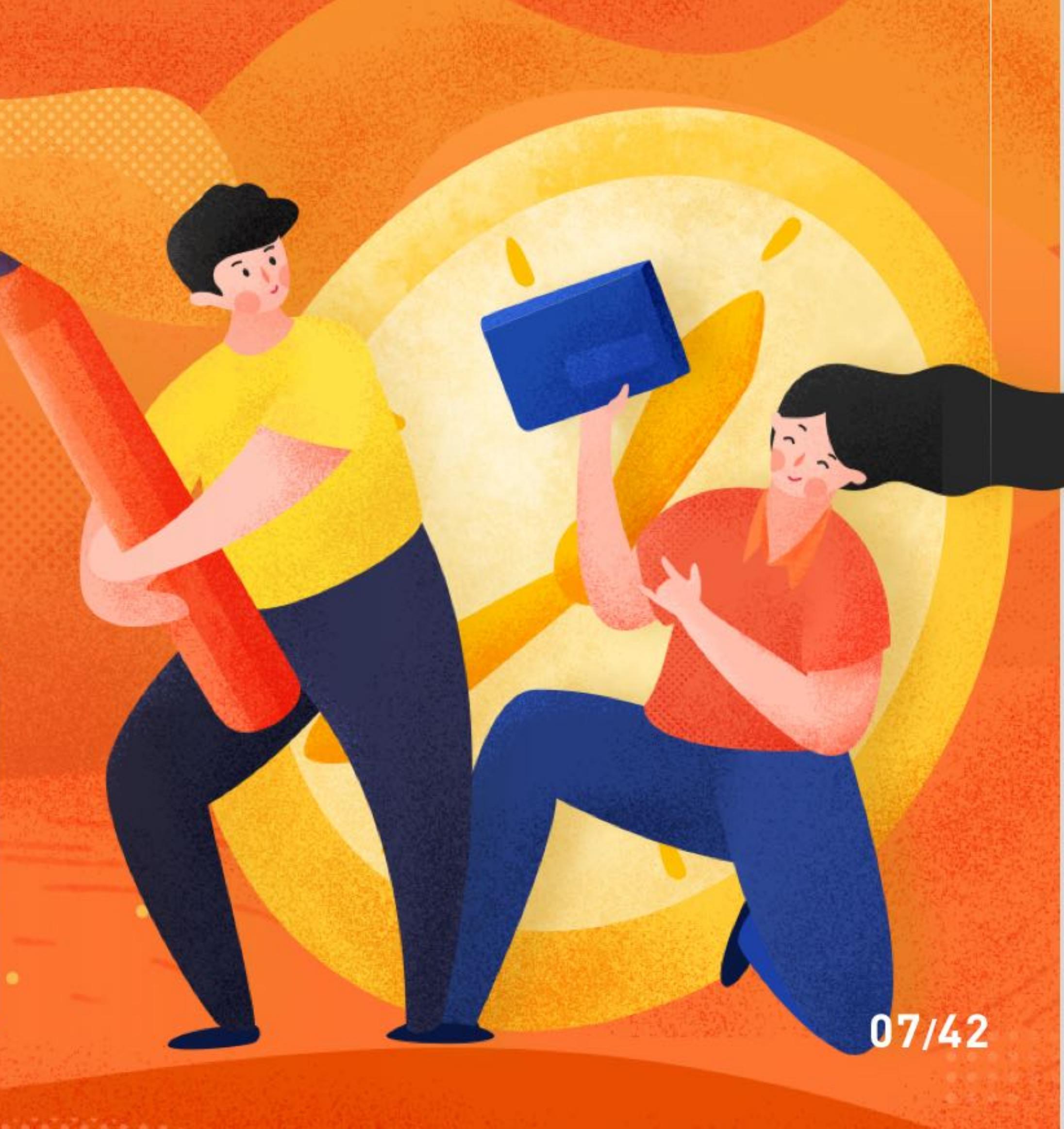
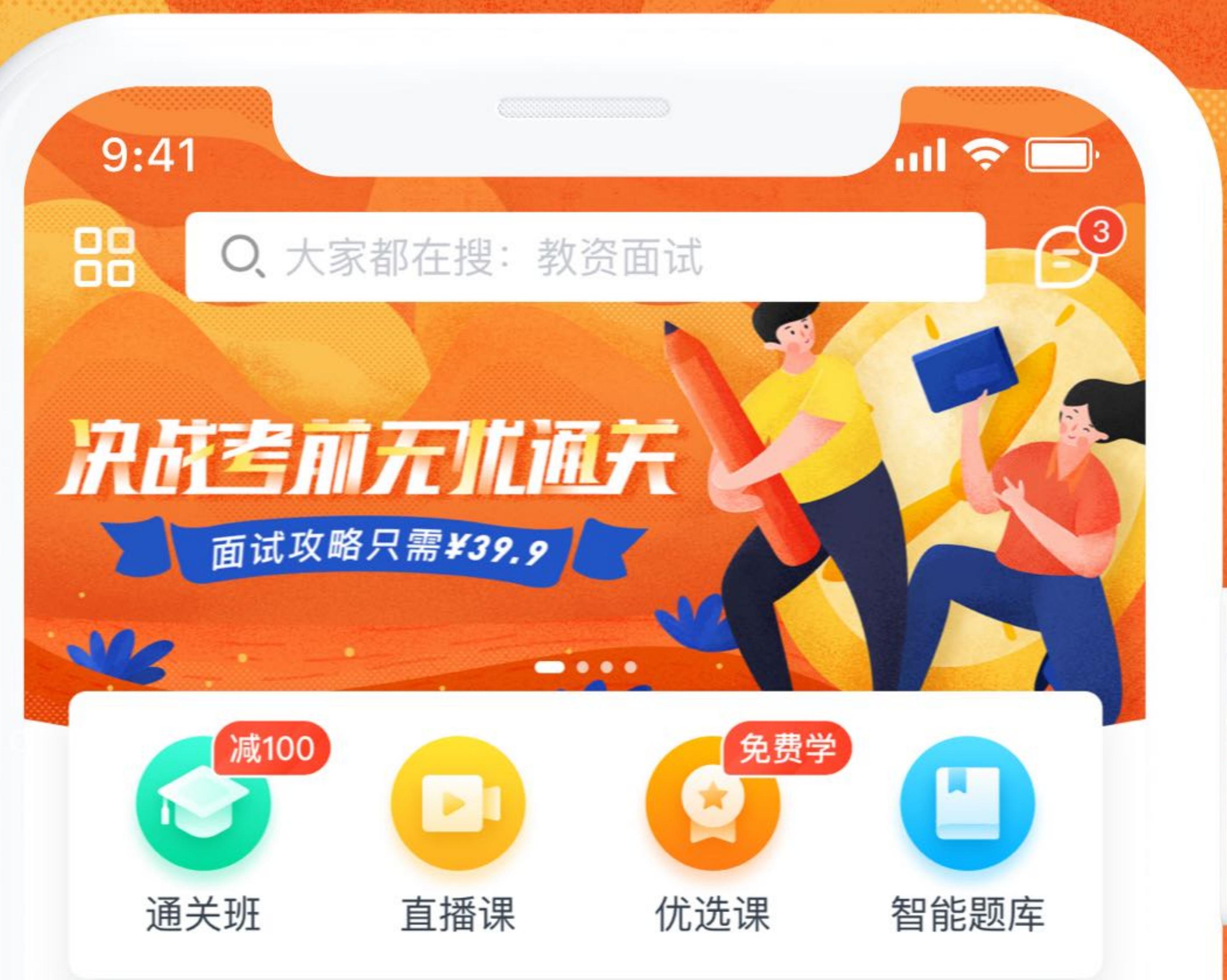




设计效果展示。

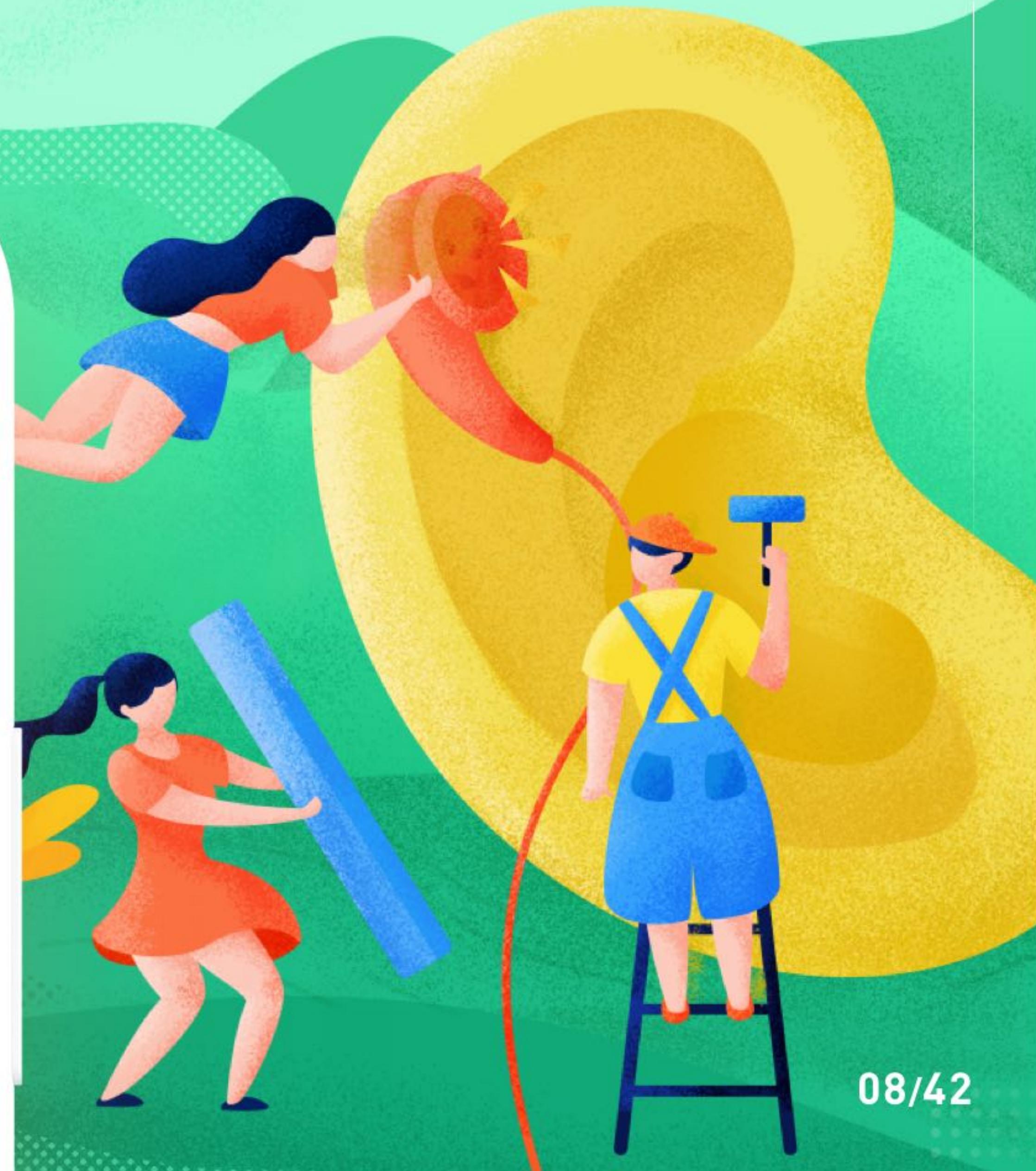


设计效果展示。





设计效果展示。



产品分析。YSIS

- 深挖目标人群兴趣偏好，精准设计赋能产品



内环：核心/基础功能

免费网络课程
免费网络题库

外环：粘性/盈利功能

自研精品课程
缺少更多粘性功能...

目标人群分析

目标人群主要为在校大学生和初入职场的新人，需要通过职业培训提高就业的竞争力。

人群年龄：18-25岁



*数据来源：2017年中国大学生在线学习白皮书

目标人群兴趣偏好：游戏动漫、时尚潮流、影视明星



*数据来源：2017年中国大学生在线学习白皮书



*数据来源：2018年大学生消费洞察报告

用户画像分析

- 探究用户特征、消费品类偏好，设计匹配目标受众



张同学

男 20岁 大三学生

无收入，喜欢在网上找免费、低价的课程资源；追求**课程品牌和趣味性**，希望能帮助自己高效学习；偏爱通过移动互联网学习。

小李

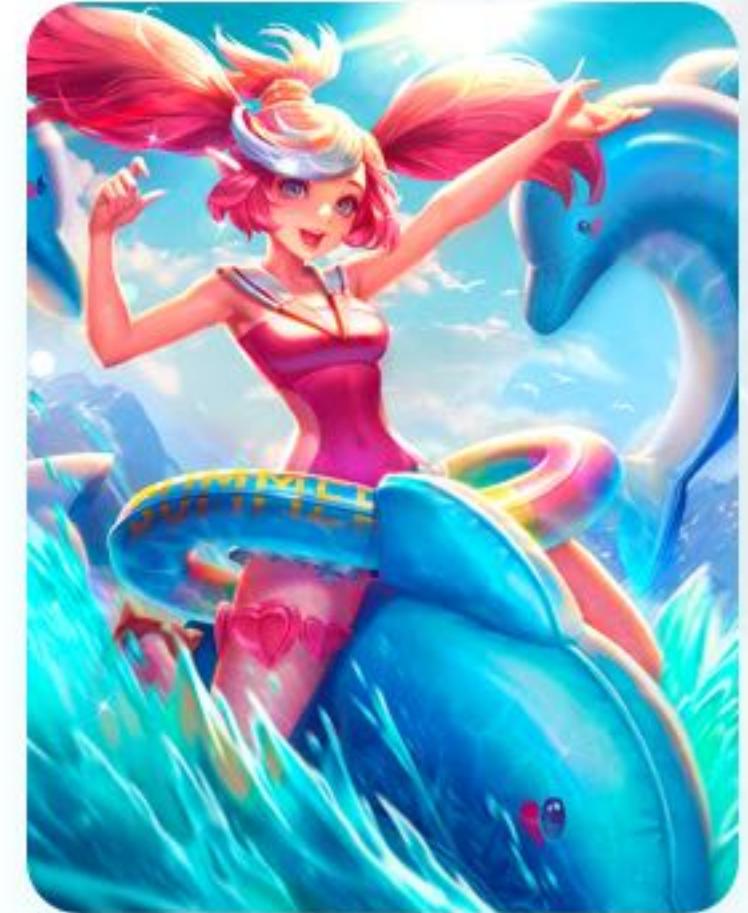
女 22岁 初入职场

收入偏低，工作忙时间少，没时间去线下培训，希望能在网上随时看课程、刷题；看重**老师的专业性和课程质量**。



18-25 大学生/职场新人

指引视觉风格 ➤



改版维度。

- 明确设计目标、设计助力业务



功能布局。

多维度分析帮助用户做选择



目标思考。

提升重点版块UV



承载效率。

梳理结构层次合理优化布局



色彩情绪。

色彩情绪连接业务属性



精细度提升。

把控细节提升页面精细度



运营层面。

营造运营氛围凸显卖点

首页。HOME

- 快速流量分发

改版前问题 ➤

- 布局混乱，视觉层级不清晰
- 页面承载率低，浏览效率低
- 配色混乱，品牌凸显不足

改版目标 ➤

- 提高首页流量分发效率
- 提高首屏页面承载率
- 提升课程UV、付费转化率

改版前



过程稿



优化稿



首页

- 丰富出口、层次分明

1. 导航栏

凸显搜索功能，搜索热词引导用户转化。

2. Banner

通栏设计，呼吸感\视觉冲击力更佳，强运营氛围诱导点击。

3. 功能入口

根据功能使用频次排列入口，主副层次区分加快用户查找速度

4. 大促入口

将课程优惠前置，促进盈利课程的购买转化。

5. 直播课

卡片式布局，X轴交互节约首页空间，优先展示用户关注的课程与老师相关直播。



6. 通关班

集中展现平台优质原创课，彩色化卡片吸引聚焦视觉，免费试学吸引进入课程详情。

7. 优选课

整合免费、低价课程资源，按需推荐给用户。

8. 青书圈

UGC内容增加用户停留时间和APP周活，增加产品用户粘性。

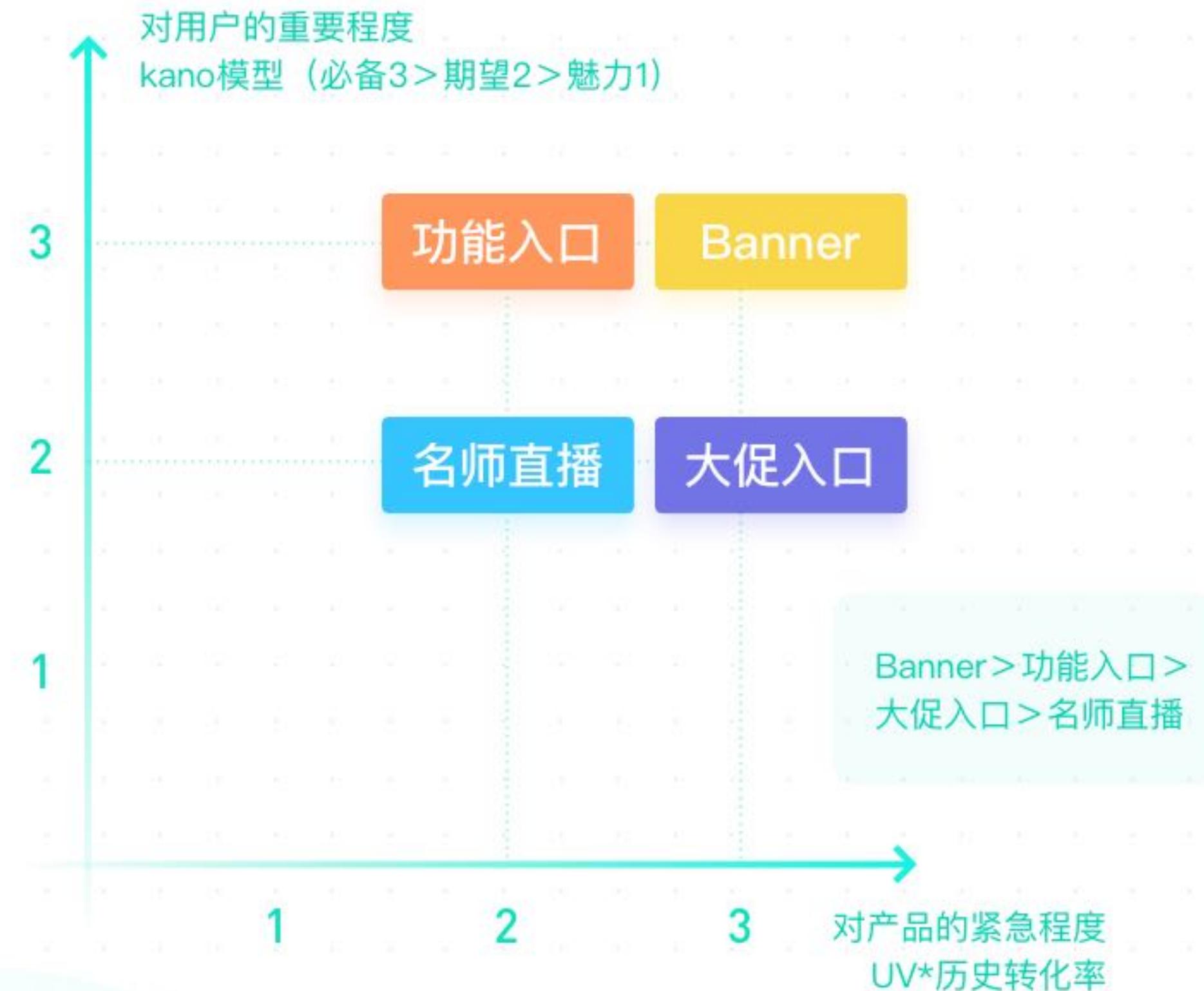
9. 推荐课程列表

根据用户偏好，智能推荐优质免费课程，利用免费资源留住部分暂时不愿付费用户。

首页。HOME

- 多维度分析构建首页布局

从「对用户的重要程度」和「产品的紧急程度」两个维度对首页进行分析布局。



高

Banner

功能入口

大促入口

名师直播

低



HOME

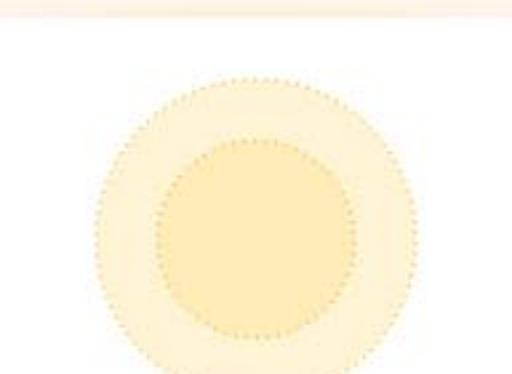
- 情绪板指引界面配色、图标风格



小图标大世界。

- 方寸间尽显细节与规范

- 辨识度 ◦ 趣味性
- 预见性 ◦ 连接业务
- 统一性



图标呼吸感
图标:底板=0.618: 1



#FFBB00
#FF7B15
双色90°渐变
模拟现实光照



智能场景思考。

- 交互减步长，缩短用户操作路径



根据搜索结果推荐优惠券



将观看记录展示在首页



弹窗提醒即将开场电影票信息

观察：成熟线上产品中的设计亮点提炼

总结：将用户最近/可能的操作行为前置，减少用户使用过程中的页面跳转，达到交互减步长的作用

转化：将方法总结沉淀为方法论，合理运用在设计中，提升产品交互体验

运用：差异化创新，融入彩蛋型设计，与同类竞品拉开差距

智能场景思考。

- 交互减步长，缩短用户操作路径

Who

张同学

When

课程直播开始前15分钟

Where

在家里

What

打开APP寻找直播入口



4W场景分析

- 在直播开始前15分钟，给用户推送APP通知提醒用户准时参与直播；
- 在首页直播栏目中优先显示用户参与的即将开始的直播，引导用户快速进入。

抽象图形点缀-便于复用



卡片细节拆解

智能场景-精准推送、千人千面

名师配图-匹配用户心智模型

标签凸显-关键信息

层级区分-主副文案



PERSONAL

- 快速定位，提高用户查找效率

改版前问题 ➤

- 视觉层次单一，功能查找困难
- 头部信息展示不足
- 页面割裂感较强，精细度待提升

改版目标 ➤

- 提升功能入口的查找效率
- 梳理页面层级、强弱区分
- 提升页面的整体精细度



改版前



改版后

设计细节拆解。

- 快速定位，提高用户查找效率

◦ 个人信息区

强化文字对比，增加加入天数提升归属感；



用户等级体系：设置游戏化竞争机制，增加等级标签，为用户提供精神激励，提升用户学习动力，增加产品粘性。



◦ 二级功能入口

按使用频次&功能类型将图标分类，加入绿色强化品牌。



◦ 签到入口

签到给与虚拟币奖励，增加用户App打开率，培养用户使用习惯和学习动力；



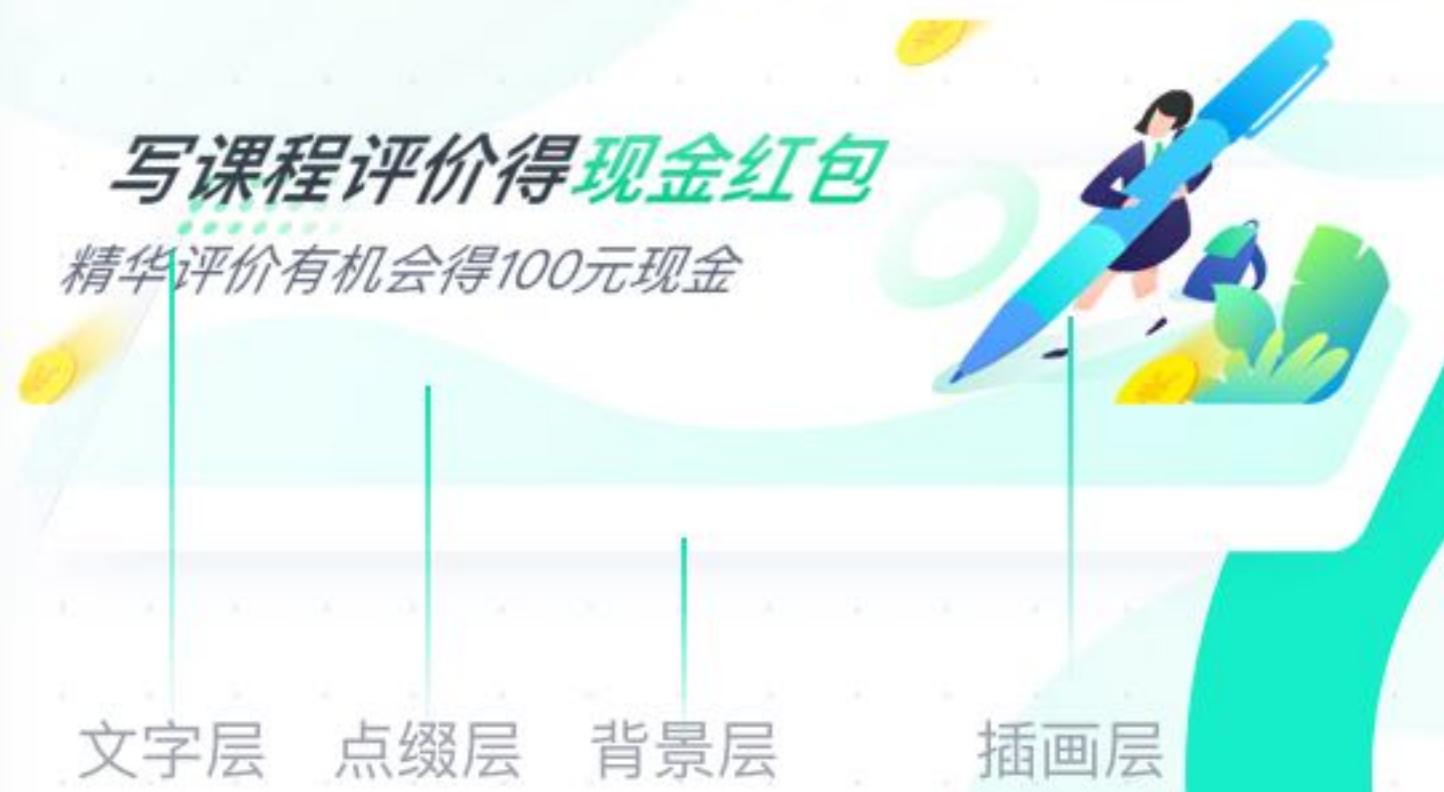
◦ 一级功能入口

高频功能重点凸显，浮层卡片+彩色面性图标提升视觉层次。



◦ 白底运营Banner

模板化banner设计规范，便于快速复用，提高产出效率。



详情页。DETAIL

- 视觉助力业务提升转化

改版前问题 ➤

- 信息架构不符合用户心智模型
- 首屏利用率低关键信息未凸显
- 缺少营销氛围无法激发购买欲

改版目标 ➤

- 帮助业务提升成交转化
- 梳理信息，凸显重要字段
- 强运营设计增强页面购买氛围



改版前



详情页。DETAIL

- 视觉助力业务提升转化

建立认知

通过图片/视频让用户对课程的初步认知



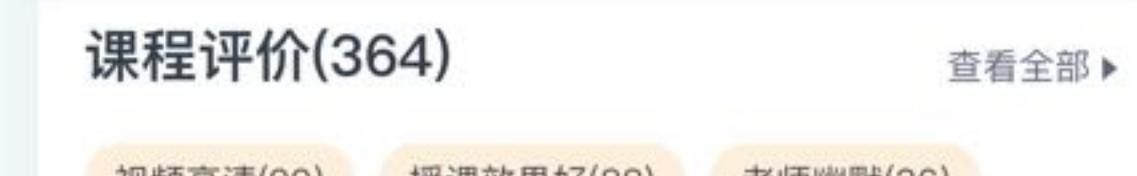
获取信任

通过介绍课程内容、教师团队、学生评价等获得信任



促使成交

通过领券、折扣、客服介入等营销手段促销导购



相关课程推荐



幼儿 教资面试三大流程
主讲: 蔡晓燕
幼儿 十分钟熟记教师招
聘中的八大教学原则
主讲: 刘杨

¥298 2459人已学 ¥99 2459人已学



招聘心理学
主讲: 秦风
招聘心理学
主讲: 张振辉



详情页细节拆解。

- 强运营设计，渲染活动氛围



强调 **重要** **一般** **辅助**

课程展示

课程展示

商品大图吸引视觉，凸显产品气质，给用户建立良好的第一印象

DIN粗体 苹方粗体 苹方常规 苹方常规

课程信息

根据不同字段的属性和重要程度采取不同的字号、字重、颜色等来划分信息层级，帮助用户快速理解。

58px 42px 28px 28px

课程类目

对用户
价格
优惠享受情况
优惠券

服务体系

对产品
课程名称

● 橘红 ● 深蓝黑 ● 中蓝黑 ● 浅蓝黑

课程描述

2 1
4 3

价格标签提炼、凸显卖点 栅格系统运用



详情页细节拆解。

- 强运营设计，渲染活动氛围

◦ 促销条

促销条展示活动主题/活动时间等信息。



◦ 活动入口

强运营设计的胶囊式banner，引导用户点击进入活动主会场，增加购买概率。



计时板



圣诞树



姜饼人



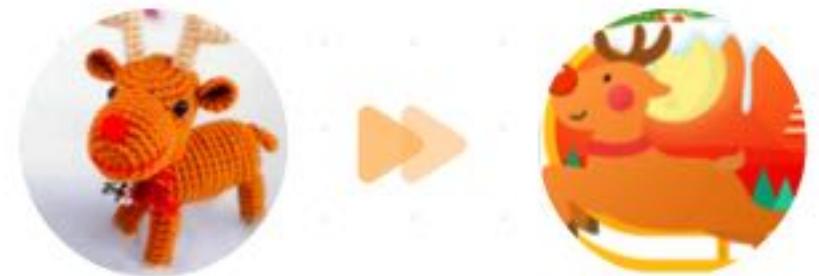
雪橇



圣诞老人



麋鹿



雪人



礼物



详情页细节拆解。

- 小模块也有大讲究

• 用户评价

优先展示核心用户好评，通过用户产生内容，侧面凸显课程优点，增加用户对产品的信任感。

用户等级徽章



课程评分

• 相关推荐

推荐用户可能感兴趣的课程，多点吸引，减少跳出。

• 客服介入

购课过程中用户需要客服帮助的几率较大，主动引入客服，帮助用户解答问题，提升转化。



• 吸底按钮

品牌色重点凸显购买按钮



课程播放页。

- 用户体验旅程图，抓住用户失落点，完善产品体验



改版前

课程播放页。

- 改版后细节拆解

◦ 播放量、收藏量

通过课程封面、播放/收藏量等信息让用户对课程有初步的认知。

◦ 收藏、分享、下载

收藏、下载满足用户拥有感；分享满足用户情感和归属需要。

◦ 课程章节

整合章节列表，采用X轴交互，自动定位在最近一次学习。

◦ 同类课程推荐

推荐用户可能感兴趣的课程，多点吸引，减少跳出。



改版后



◦ 倍速等更多功能

满足不同场景\不同层次用户的学习需要。

◦ 课程讨论

增加用户间的互动，提升产品留存和用户粘性。

青书圈。UP

- GSM数据驱动设计

• 数据目标

- 提升产品周活

• 目标用户分析

- 用完即走，不愿多停留
- 学习意愿不强烈
- 没有好的学习氛围

• 具体问题描述

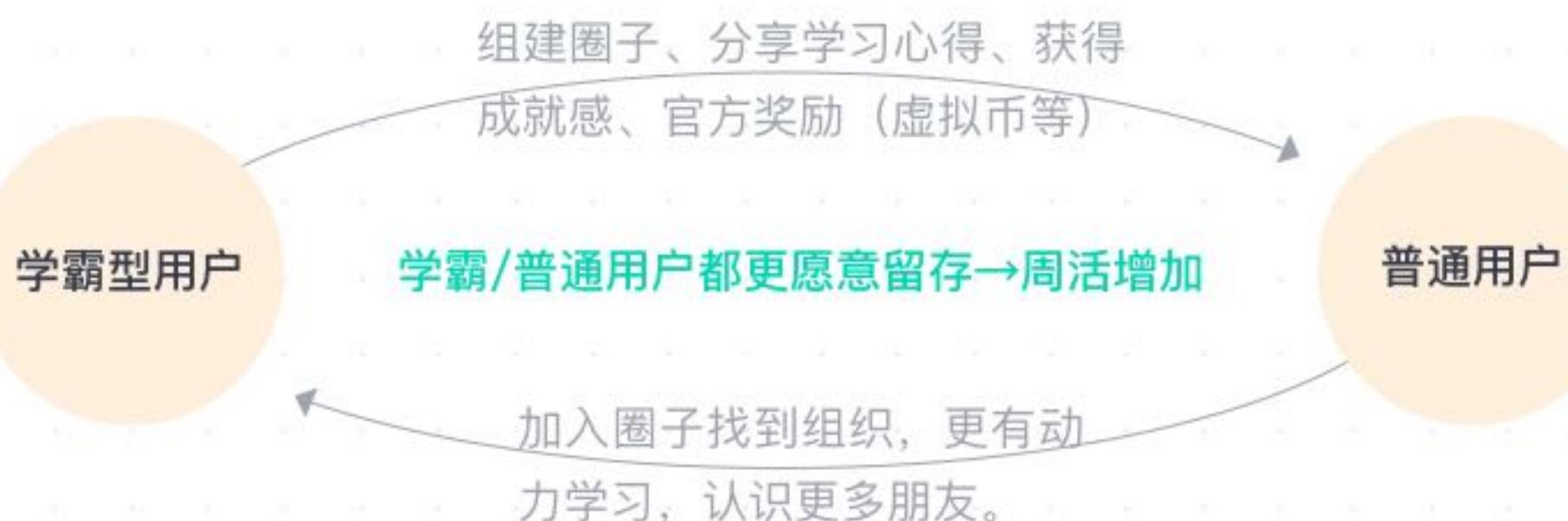
- 用户除了听课看视频，无别的场景需要打开APP；
- 用户很难坚持每天打开APP进行学习；
- 用户学习过程中的疑问往往无法及时解决导致学习积极性受影响；

• 用户表现

- 希望能有人结伴学习，互相督促；
- 希望在学习过程中的疑问可以有人进行交流；
- 希望除了课程本身，还能有更多好的资料、总结、笔记帮助自己更好的学习；

• 产品设计策略

- 增加“青书圈子”的功能模块，给学习用户提供交流的平台，让用户自发组织圈子进行结伴学习；
- 学霸型用户通过做圈子组建人、分享学习心得技巧，获得成就感&官方奖励(课程购买优惠、虚拟学习币等)；
- 普通用户通过加入圈子，找到组织，增加了打开APP频次和停留时间，获得更好的学习效果&认识志同道合的朋友；



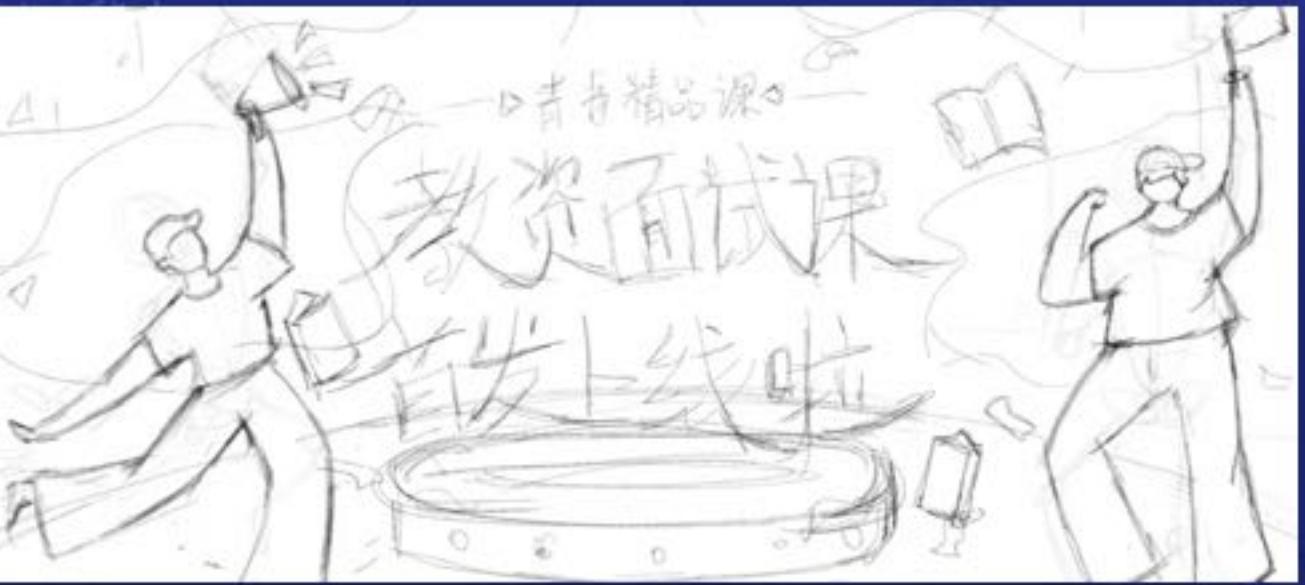
• 衡量指标

- 产品周活跃度数据增加；
周活= (当周启动应用客户端的用户数/进行课程学习的用户总量) * 100%
- 圈子中用户的发表量和加入圈子的用户数量稳步增加；



运营设计展示。

- banner的模板化复用，提升产出效率



运营设计展示。

- banner的模板化复用，提升产出效率



Banner设计思路。

- banner的模板化复用，提升产出效率

文案 → 决战考前无忧通关



决战 → 对战的人



考前 → 时间、笔

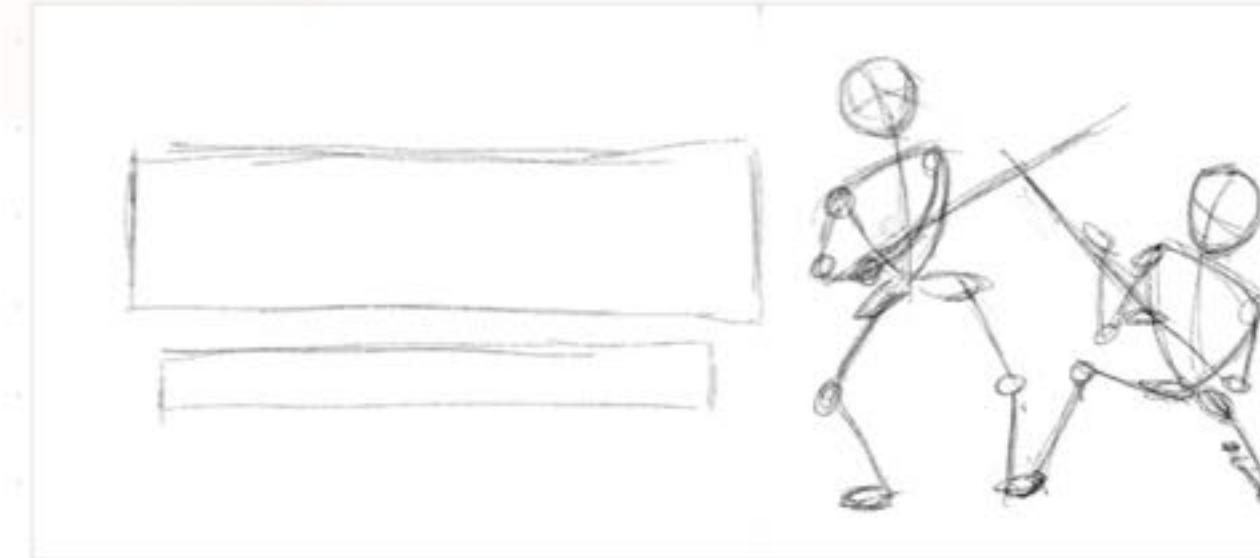


通关 → 攻略



Banner设计思路。

- banner的模板化复用，提升产出效率



课程介绍页设计

- 强运营设计，渲染活动氛围



青书学堂

笔试考前冲刺课

短期掌握满分级笔试过关技巧

考前冲刺课内容

- 考前预测卷
- 配套电子讲义
- 考点思维导图
- 速记口诀锦集
- 答题技巧
- 历年真题卷

课程安排

幼儿	6 课时	4 课时
教育教学知识与能力	综合素质	
8 套	6 套	
真题卷	预测卷	

中学（初、高中适用）	8 课时	6 课时
教育教学知识与能力	综合素质	
12 套	6 套	
真题卷	预测卷	

课程特色

精

350页课本内容压缩成13节短课，讲的都是重点考点

快

突击答题技巧、考点速背口诀，考前3天搞定常考点

准

每个知识附上对应真题和预测题，考试考哪里一做一个准

师资力量

王怀君

高级教师 985名师
国家985师范院校特级教师，教育学硕士学位，发表过多篇教师考试论文，被刊载在各大知名教育学术论坛。

曹雷

课程研发专家 重点整理
9年一线教师从业经验，长期从事综合素质考试模块，擅长中学教资考试难点、重点的解析。

周扬帆

课程研发专家 题海大神
专注刷题，密切关注考情。做过市面500+套摸底题，他手抄的笔记本多达20册。

常见问题

01 这个价格包含两门科目吗？
是的，我们课程包含《综合素质》和《教育教学知识与能力》两门科目的完整课程，中学课程不包含学科知识。

02 如何学习课程？
您可以下载“青书学堂”APP或者进入网址m.qingshuxuetang.com进行登录，登录成功后即可开始学习。

03 此课程是最新版课程吗？
您购买的课程均为最新课程，每年大纲修订时将会第一时间更新课程。

节日图标设计。

- 情感化设计拉近与用户的距离



我的收藏



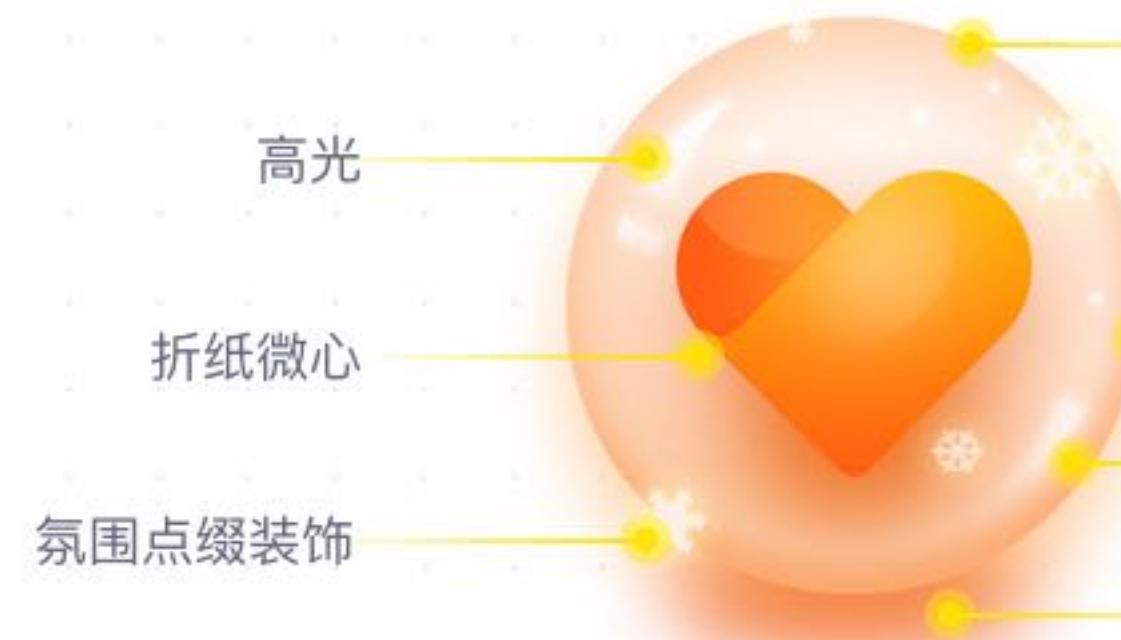
下载缓存



订单管理



浏览历史



轻拟物圣诞节图标



图标设计思路拆解

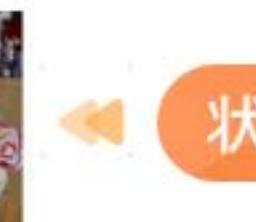
文案信息

通关班

新年 ➤ 过关 ➤ 毕业 ➤ 学士帽 ➤



描绘轮廓

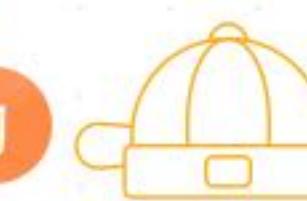


状元帽



融入中国元素

简化结构



线转面



融入新年、中国元素



添加质感



iconfont设计大赛。

- 时间不停学习不止



其他练习。

- 时间不停学习不止



厨房好物



发现新菜



排行榜



菜谱分类



办业务



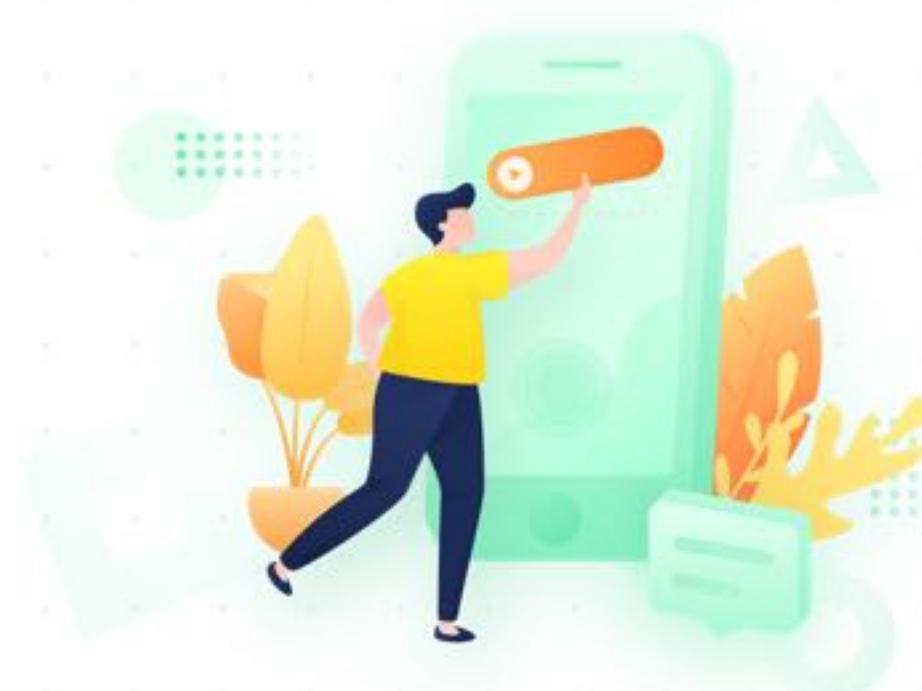
冲流量



办号卡



查账单



优惠购机



办宽带



生活缴费

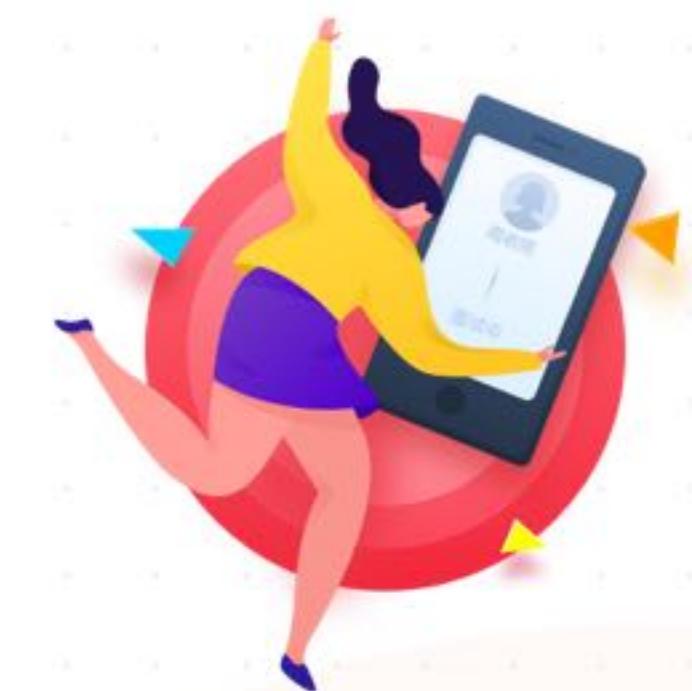


违章查询

图标风格练习



人物插画练习



设计前的交互走查

- 与PM\UE共同进行交互走查，保证设计中的流畅高效

任务流程	● 通畅性	● 可逆性	● 可续性	● 特殊性	● 时效性	● 容错性
	能否顺利跑通 是否有断崖或死循环	从哪里来是否可以回到那里去； 流程是否可以被撤销或重置； 流程是否可以随时退出；	复杂任务流程是否支持保存 或自动保存； 意外退出是否有保存提示；	流程是否需要特定的用户权限； 不同权限的用户是否是相同的流程；	流程是否会过期失效	流程是否会出现不通过的情况； 流程是否与其他流程有逻辑关联or冲突； 流程是否需要特殊说明；
框架布局	● 导航	● 内容区域				
	导航是否易触达、易操作、拓展性好； 导航方式是否合理；	内容的类型都有哪些，是否有特殊内容类型，是否有可以隐藏的内容； 重要的内容是否被突出，不重要的内容是否被弱化； 操作区域是否在用户易触达的区域； 是否需要对内容进行合并或拆分，该内容在当前页面是否合适； 页面到底了是否有情感化提示；				
页面级交互	● 场景转换	● 加载	● 刷新			
	是否有特殊的入场方式； 是否有快速切换的方式或手势； 如左滑返回，下滑关闭；	是否有加载动画； 是否有加载预设图、内容框架； 是否有延缓等待的措施； 加载失败是否自动重试，是否有提示再次加载； 加载次数超出一定数量是否有替代方案；	自动刷新还是手动刷新，下拉刷新还是点击刷新； 每次刷新多少条内容，是否提示用户新内容数量； 刷新是否有特殊的情感化动效； 刷新是否有情感化提示； 切换页面时是否要主动刷新页面； 刷新无结果时是否有情感化提示；			
文案	● 统一性	● 通俗性	● 简洁性	● 情感化	● 更多...	
	相同内容不同页面用词句式是否统一； 时间、地点的显示方式是否统一； 符号类型是否统一；	是否可以更简洁易懂； 是否使用用户熟悉的词汇；	是否还可以更精炼； 是否可以分类归纳； 是否可以分为主标题+副描述；	是否使用了情感化的描述方式，如人称、语气词等； 是否贴合用户的使用场景； 是否需要配合插画或行为引导；	仅展示部分内容 根据产品特性/团队弱项不断补充...	

设计自查与验证

- 根据公司需求/团队弱点，定制专属走查表

	设计前				设计后			
	业务目标	时间和人员	交互逻辑	竞品分析	信息层级	信息表意	文字	图标
了解目标用户	确定PM、开发人员	理解页面中文语意和交互逻辑	分析竞品的框架、功能特点、体验优缺点		字体大小是否表达优先级	无多余的干扰元素		
了解用户痛点	初稿时间、评审时间、定稿时间	理解任务流（入口、出口）	分析当前产品的数据情况，明确不足		元素间距符合各层级的对比关系	图形文字表达符合大众认知、有误误导和歧义		
了解产品目标，要解决的问题，达到什么指标（UV/PV/流失率/转化率/满意度）	明确合作设计师 明确任务分工	理解组件和控件的各种状态和操作反馈	分析竞品功能亮点及线上数据					
了解设计目标及解决方法			分析产品需求优先及明确重要需求					
改版项目/全新项目	迭代项目							
符合设计趋势	遵从设计规范							
符合公司品牌风格	明确规范文档位置、维护人							
符合目标用户群体定位								

视觉可用性测试。

- 对布局、颜色、图标进行可用性测试



布局可用性

原型:十字交叉分析



布局可用性

视觉:界面浏览测试

通过对用户的访问，再次验证视觉传达是否符合设计预期。

01 这个页面中什么地方最吸引你？

验证视觉传达是否合理且符合预期，重点部分是否给与了足够的视觉比重

02 你认为这个页面的作用是什么？

页面视觉设计是否向用户传递了正确功能引导

03 当你使用这个页面，是否会使用它提供的这些功能？

页面视觉设计是否很好的符合了产品商业预期，用户对此是欢迎还是排斥？

视觉可用性测试。

- 对布局、颜色、图标进行可用性测试

颜色可用性

色彩情绪验证

验证色彩情绪是否符合情绪版分析的用户偏好



颜色可用性

无障碍色系验证

验证色彩是否满足色盲色弱可分辨

原始原色				红绿色盲模拟视图			
蓝	紫	天蓝	粉红	蓝	紫	天蓝	粉红
浅灰	苍蓝	灰	苍绿	浅灰	苍蓝	灰	苍绿
深绿	棕	深红	深棕	深绿	棕	深红	深棕
浅棕	橘	红		浅棕	橘	红	
浅绿	绿	蓝绿		浅绿	绿	蓝绿	
黄	黄绿	翡翠		黄	黄绿	翡翠	

颜色可用性

强光测试

验证界面在强光/昏暗环境下是否清晰；
强光 大于4.5:1；昏暗 远小于4.5:1



Contrast Ratio
10.47:1



Contrast Ratio
9.82:1



Contrast Ratio
9.53:1

任务测试。

- 捕捉用户真实情感，快速定位界面问题

Banner

功能入口

大促入口

名师直播



01

问题排查

站在用户视角，自上而下对页面中的视觉元素进行逐一梳理并提出问题。

例如

- ① 知道如何找课吗？
- ② 是否找得到app主推的新课？
- ③ 能快速领取到课程优惠吗？
- ④ 能快速找到直播入口吗？
- ⑤ ...

02

任务设计

整合梳理的问题，组织成包含情景的小任务。

例如

搜索/banner

- 搜索一门课程
- 进入首发新课详情页

功能入口

- 进入题库列表页
- 找到免费课程入口
- 找到通关班入口

大促入口

- 找到领取课程优惠券的入口

名师直播课

- 找到正在直播的课程入口
- 找到即将开播课程进入预约

任务测试。TESTING

- 捕捉用户真实情感，快速定位界面问题

03

数据整理

测试完成后对收集的数据进行整理统计。

	受测者A	受测者B	受测者C	分数统计
任务1	3	3	3	9
任务2	1	1	1	3
任务3	3	2	2	7
任务4	3	1	2	6
任务5	2	3	3	8

1分：无法完成任务

2分：进过一些试错和误操作后完成任务

3分：准确、迅速完成任务

04

数据分析

根据受测用户的任务完成情况，分析分值较低的任务问题并合理优化。

1-3分：任务完成度极低-急需改进

4-6分：任务完成度较低-需改进

7-9分：任务完成度高-无需改进

分析维度

操作

知觉

认知

操作：视觉上可/不可点的状态样式存在误导，致使用户进行误操作；

知觉：重要文字/图标过小，用户难以察觉或知觉忽略；

认知：对图标图形等的理解出现歧义，还需要配以具体文字辅助说明；



谢 谢 查 阅 期 待 交 流 :)

📞 139-129-774-48

✉ 329454474@qq.com

