

以平滑升级工具为例，如何建立一份用户体验地图

作者：朱菁菁

本次主要通过平滑升级工具的案例来说如何制作一份用户体验地图以帮助理解用户行为需求，定位问题。

背景：

平滑升级工具优化，分析，为了使新参与的成员对用户行为痛点达成一致，直观看问题点，找到机会点。

1. 避免产品设计者和决策者的管理员视角，真正考虑用户要什么，而不是有什么放什么。
2. 能够帮助我们梳理场景中可能存在的问题，精准的找到用户的痛点，对产品优化更加有的放矢，提升用户体验。
3. 创建一个共同视角，团队中各环节的同事都能参与进来，对用户行为、痛点等内容达成一致，认同感强。利于各个环节工作的协调，对产品的用户体验达成共识、有效沟通和协作。

了解用户

方式：用户画像

在绘制用户体验地图之前，我们势必要了解清楚我们的用户是谁，有什么特征，这样才能帮助我们更理解用户，了解他们场景，从而使我们在分析的时候能够更加有代入感，趋近于感同身受。而在产品的1-∞阶段的，通常团队内已经有构建好的用户画像，比如我们的项目，在前期我们已经有产出用户画像，且升级的用户只有一类，因此直接调用即可。

注意：如果产品的用户层跨度大，那么需要对不同的用户类型分别做体验地图。

明确阶段与目标

方式：桌面研究、用户访谈。

起初设计师可以通过桌面研究获得用户使用该类产品的主要流程阶段，主要作为梳理用户行为的参考。

后续通过定性访谈获取用户更准确具体的内容后再对用户体验流程阶段作更系统全面准确的调整。

由于部署升级对系统影响较大，在进行用户调研后，发现我们的技术支持对升级环节把控较为严格细致，升级阶段并不像我们走查其他同类产品之后以为的那么简单笼统。对于我们的用户来说，阶段更多。

调研前认为的大致流程阶段：



调研后归纳整理的阶段如下：



同时结合调研，归纳总结每个阶段的用户目标，可以让我们真正了解用户在每个环节想要的是是什么。

在我们的升级案例中，用户目标大多反应在希望操作简单、耗时短、成功率高上面：

阶段	前期准备	开启升级工具	等待环境检测	备份文件	升级核心服务	升级构架和业务组件	启动服务
用户目标	确保升级环境、设备正常 确保升级人员到位	方便是操作 顺利启动	耗时短 顺利通过检测	确保备份内容正确 快速备份	自动化 耗时短 顺利升级核心服务内容	自动化 耗时短 顺利升级构架和业务组件	顺利启动服务 确保服务均能正常使用

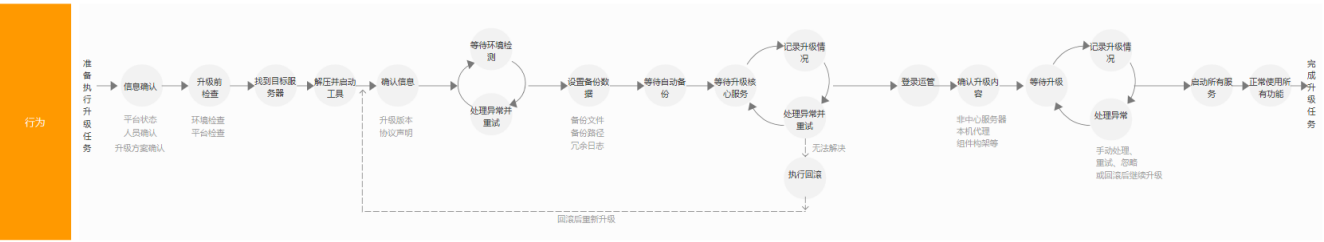
提炼用户行为

方式：用户访谈、资料整理

本阶段设计师需要通过定性访谈，收集真实用户在每个阶段下的具体行为，包括用户在使用产品时每一个阶段执行的细节、采取的具体行为操作。用户样本需要尽量全面，这样获得的数据资料也会更加全面准确。

结合用户调研资料，我们可以梳理提炼出用户行为，同时，这一过程也帮助我们对体验地图上的“阶段”进行更好的补充与调整。

用户使用升级工具进行升级任务的用户行为：



绘制情绪曲线

方式：用户访谈、满意度调研、便利贴

根据对应的阶段的用户行为，写下当时用户的思考和想法，可以将它们以便利贴的形式整理出来。

然后提炼用户每个节点的情绪，提炼情绪时，为了防止个人主观判断导致的误差，建议两个人一组用相同的数据进行提炼。

以下是用户使用我们工具的情绪曲线：



归纳痛点

方式：调研数据整理及分析

通过用户每个阶段的行为和情绪曲线，整理出每个阶段的痛点和问题；以及思考痛点背后的原因、此处是否可以采取什么措施，来满足用户的目标，提升用户的体验，这就是机会点，将这些内容相应补充到体验地图中。

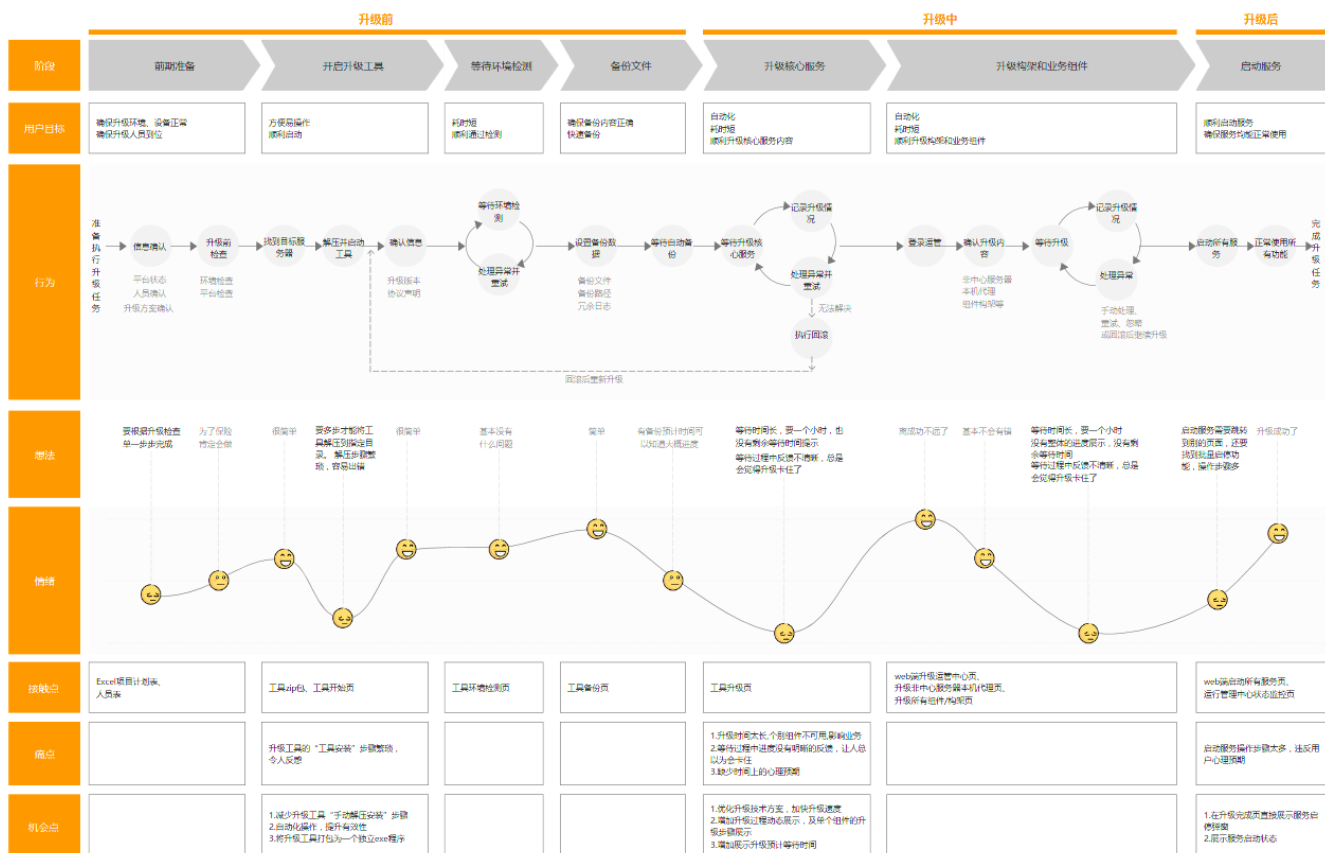
分析整理用户体验地图

工具：Axure、Visio、手绘等

加入接触点，分析痛点，分析机会点。

后续的工作首先是对体验地图进行整理和美化产出。然后整理出地图中的机会点，根据重要程度和难易程度来排出优先级来安排执行。对用户体验地图中的痛点进行设计方案的优化，帮助用户实现目标；或者确立新的产品功能的方向（转需求）。

以下是汇总后我们工具的用户体验地图了：



如何落地

报告产出后，项目的组织者（设计师也或者是产品经理）要**积极与大家同步调研结果**，可以对调研中发现的问题快速的脑暴解决方案。

由于体验地图一次产出的问题点较多，通过将问题点和解决方案汇总成表格，并根据痛点严重程度划分优先级（转入需求），并按计划分步骤落地。