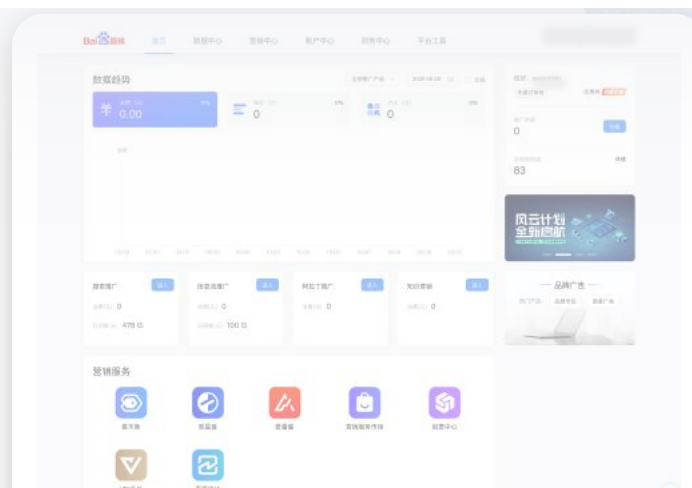


On-line

# 商业设计中的交互之道

百度MEG移动生态事业部-商业UED

交互设计师 张璐



# #一站式商业平台体验

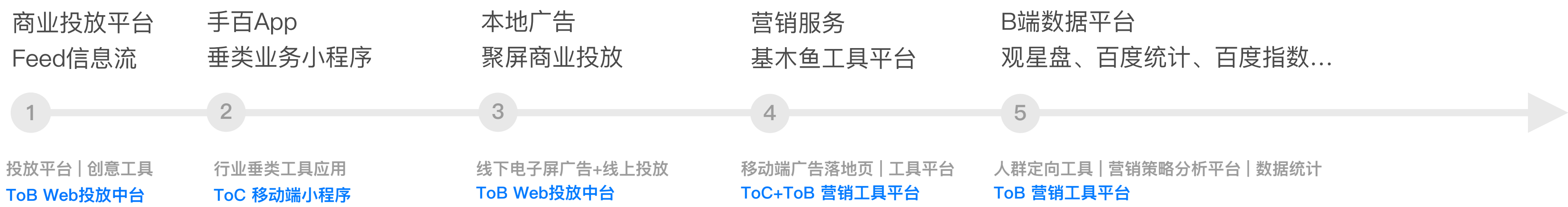
百度商业UED所负责的【百度营销中心】平台，覆盖了商业推广营销活动的整个环节，包括线上与线下的投放资源与丰富的信息分发平台；广告主可通过【营销中心】进行商业推广，最终在百度平台（百度WEB/百度App/爱奇艺/好看视频...）上向目标用户展示营销广告页面；

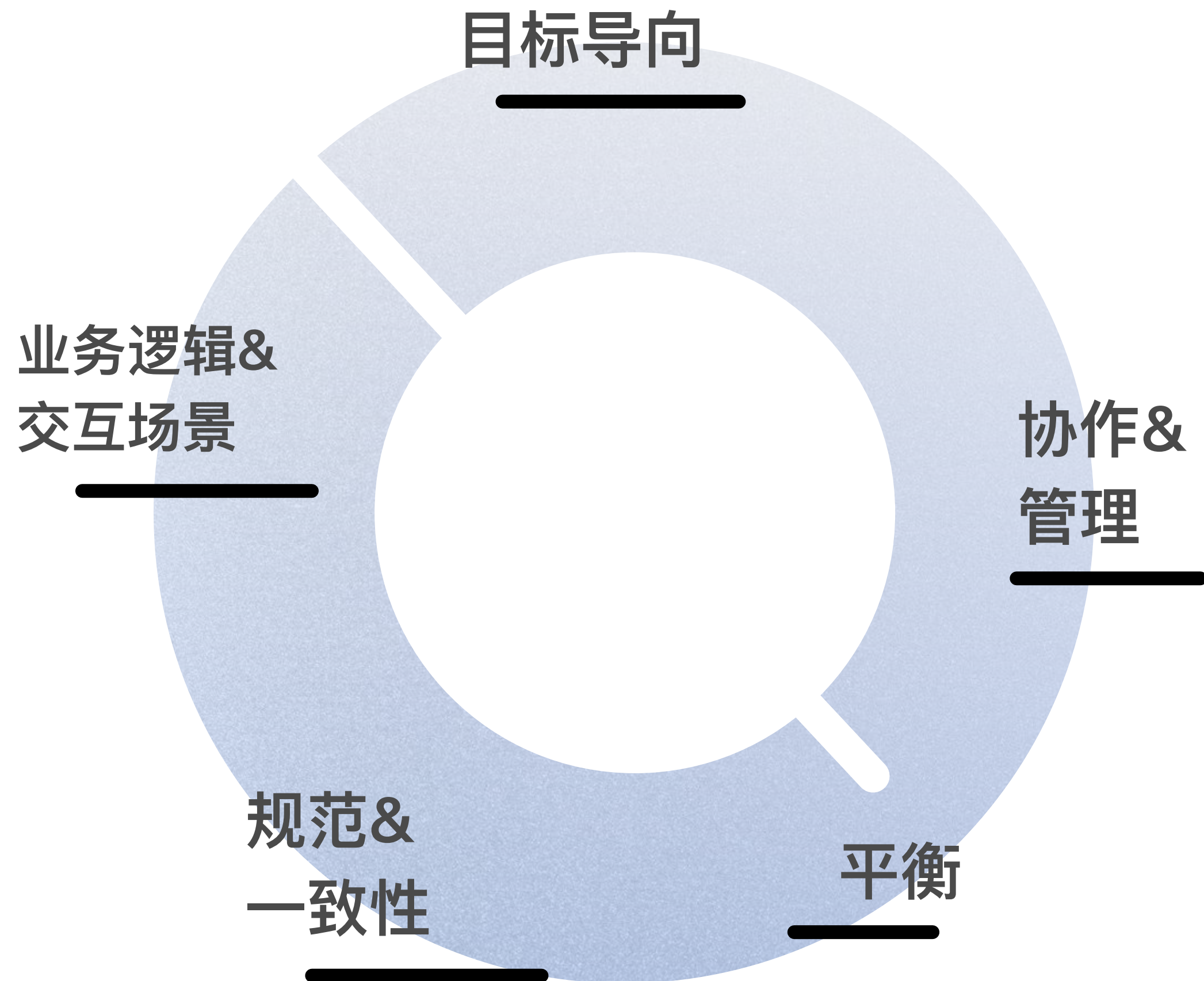
商业UED 致力于向广告主提供完整友好的投放推广操作体验，主要围绕【B端投放平台】【C端营销效果】两方面发力；





#业务经历





## #商业&B端交互

关于B端交互，我总结了以下5点关键要素：

偏向设计能力：

- 1 【设计规范&一致性】
- 2 【业务逻辑+交互场景】

偏向于项目管理&协作：

- 3 【目标导向的设计方法论】
- 4 【协作&管理】

综合：

- 5 【平衡：商业&设计&技术】

以我负责的【百度聚屏】业务交互设计来展示B端交互设计的关键要素：





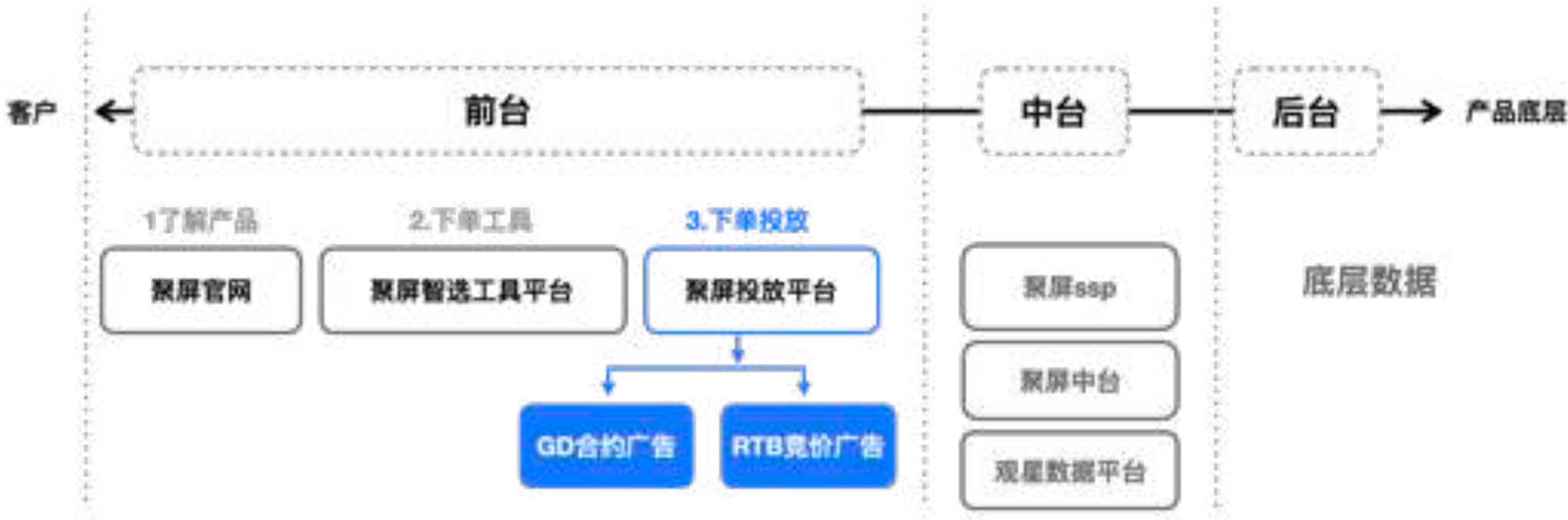
#梳理业务背景

以我负责的交互的【百度聚屏】B端投放平台为例：

【百度聚屏】将广告投放至目标客户周边的线下电子屏幕中。（如：电梯屏幕，门禁屏等线下屏幕资源）

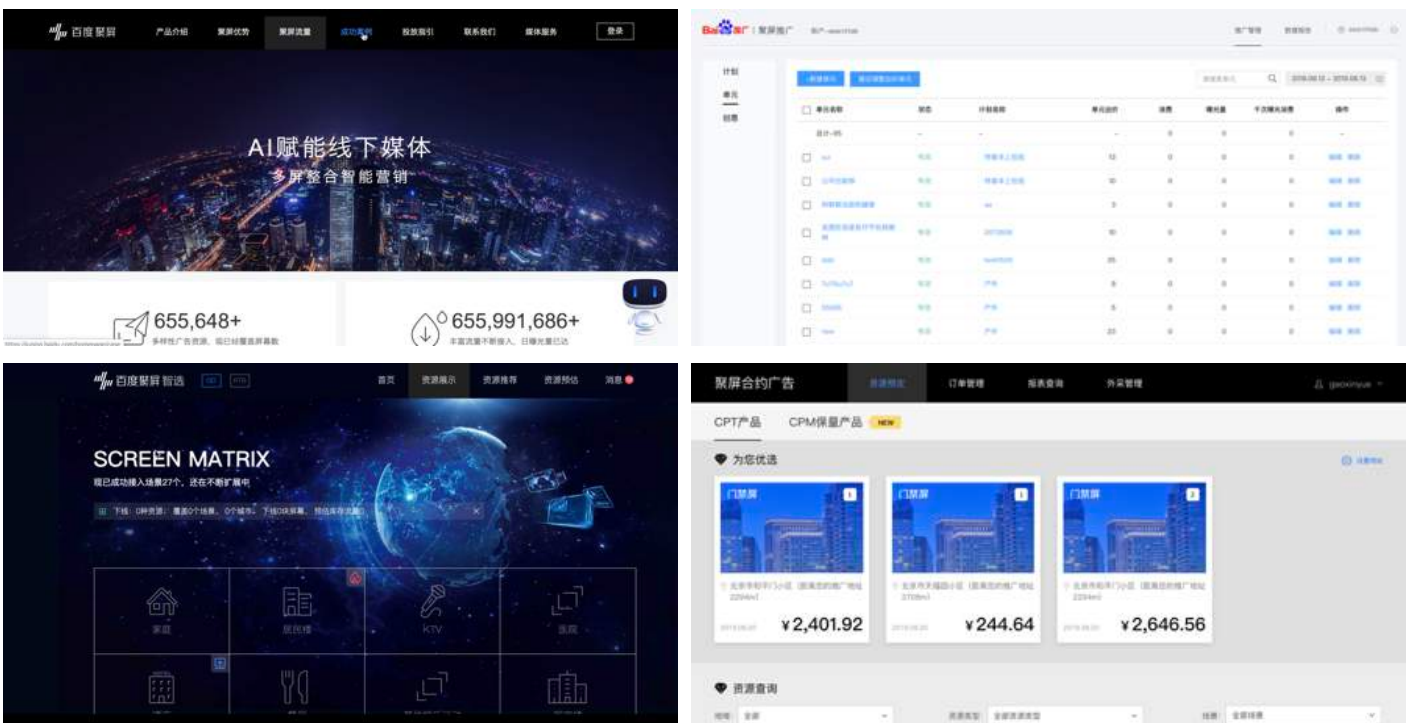


(1) 商业模式：线上投放平台 + 线下电子屏资源



(2) 梳理业务线产品关系分析图：  
(我负责下单投放环节的【合约广告平台】 【竞价广告平台】交互设计)

#关注【客户】与【用户】的不同视角，分析产品现状，寻找设计优化点



(1) 客户（广告主）眼中的百度聚屏



当前痛点：

客户投放广告时，各平台之间的设计体验差别较大。  
由于设计上的差别降低了品牌认知，增加了用户的学习成本。  
(原因：由不同团队设计+开发历史导致)



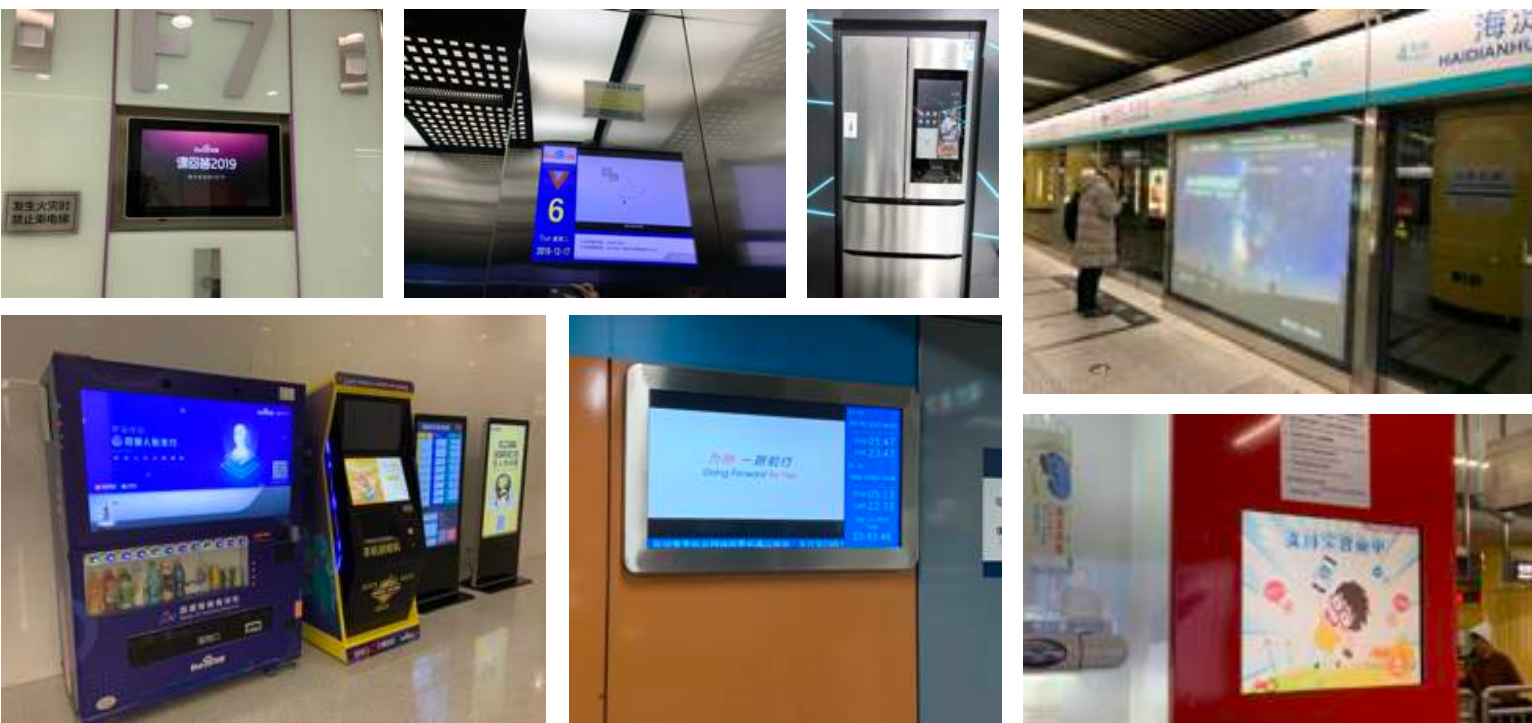
设计机会：

对现有投放端相关平台进行改版优化，统一设计体验。



Case1:

【聚屏汇观–投放端体验升级】



(2) 用户（受众）眼中的百度聚屏



当前痛点：

受众人群感知强，但广告主会由于投放位置距离自己较远等原因而无法感知到投放的力度，从而对投放效果产生怀疑。  
(当前的解决方案：由运营拍摄线下监播照片，人工检查验证)



设计机会：

在投放平台增加新场景：推广实况页面，帮助广告主掌握实时投放状况。



Case2:

【聚屏实况–投放端推广实况】



# CASE1:【聚屏汇观-投放端体验升级】

## #目标导向的设计方法论

【体验升级】是较为模糊的需求；所以在处理体验类问题时需要达成项目、团队的目标一致，确认目标与最终的优化范围。

需求名称：【聚屏汇观】前台产品体验升级

需求目的：增强产品体验，提升品牌质感；

UX设计目标：升级四个前台产品平台的设计体验；

产品需求：『统一聚屏四个投放平台产品间的设计风格，提升客户体验』

Design Thinking:



## #目标拆分

项目目标= 产品目标+设计目标

项目目标1: 体验统一

- 1.聚屏系产品设计统一（内部统一）
- 2.聚屏与商业整体设计统一（整体统一）

项目目标2: 体验升级

- 1.修复现有设计问题
- 2.优化设计方案

项目目标3: 产品聚合

- 1.打通产品关联路径
- 2.统一前台产品的跳转交互

(1) 针对目标1的设计解决方案与思路：

Step1 :

提取聚屏四个前台产品之间的交集设计点

Step2:

提取聚屏整体与商业整体之间的设计交集

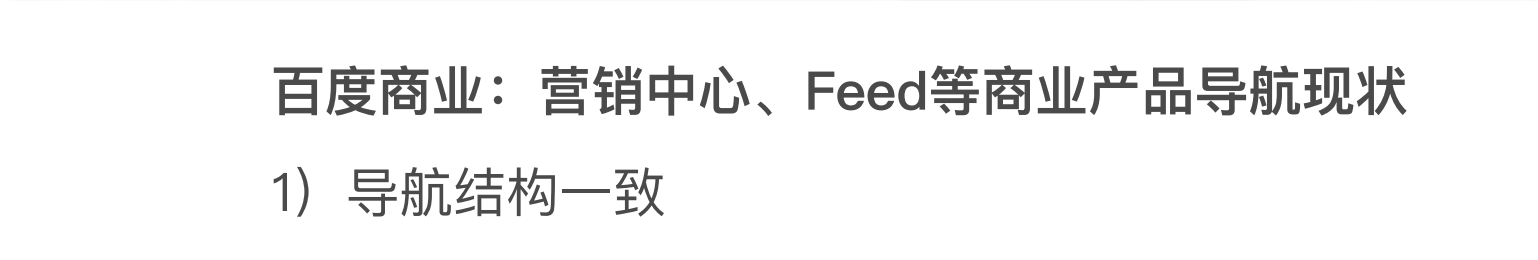
Step3 :

扩散交集设计特征并应用到聚屏

(2) 设定项目一期设计范围：优化产品导航设计

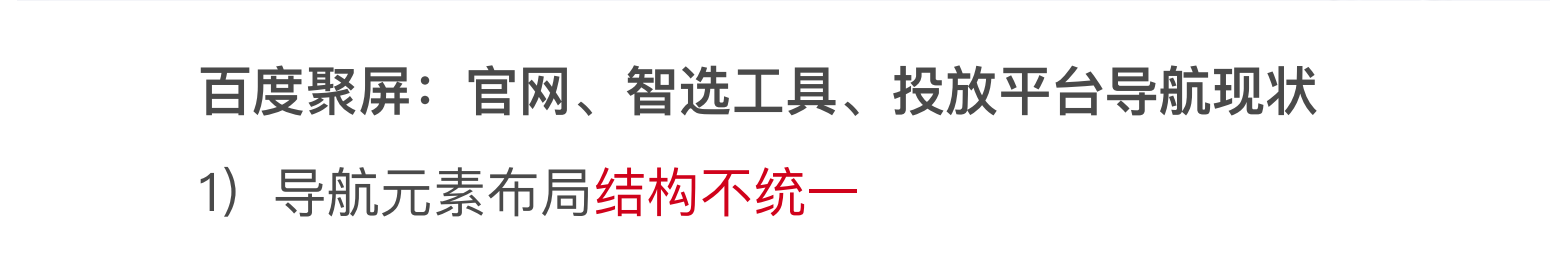


(3) 分析产品导航设计现状：



百度商业：营销中心、Feed等商业产品导航现状

- 1) 导航结构一致
- 2) 组件交互/视觉一致性



百度聚屏：官网、智选工具、投放平台导航现状

- 1) 导航元素布局结构不统一
- 2) 组件交互/视觉不一致
- 3) 前台产品之间跳转交互不一致
- 4) 部分平台缺失跳转链接组件

(4) 确认设计优化点：



1.定位聚屏内部设计交集：

视觉色系：●●

组件交互：●●●●

导航结构：主菜单居左/主菜单居右

2.定位聚屏vs商业营销中心设计交集：

视觉色系：●●

组件交互：●●●●

导航结构：主菜单居左

3.确定可扩散的设计特征：

视觉色系：●●

组件交互：数据报告

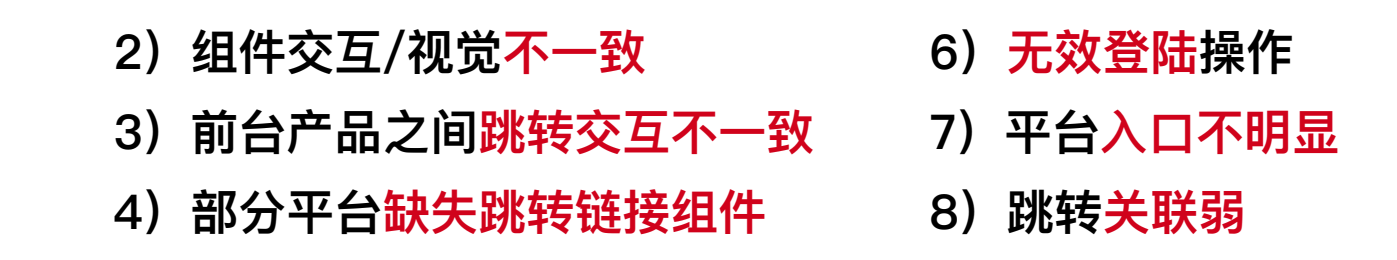
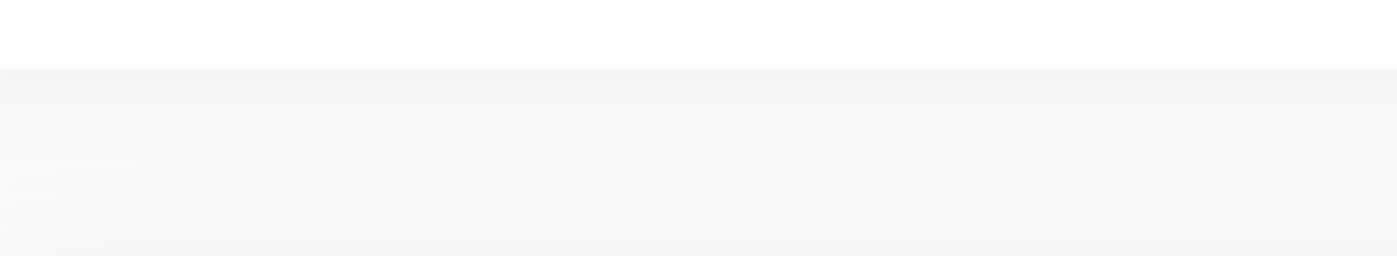
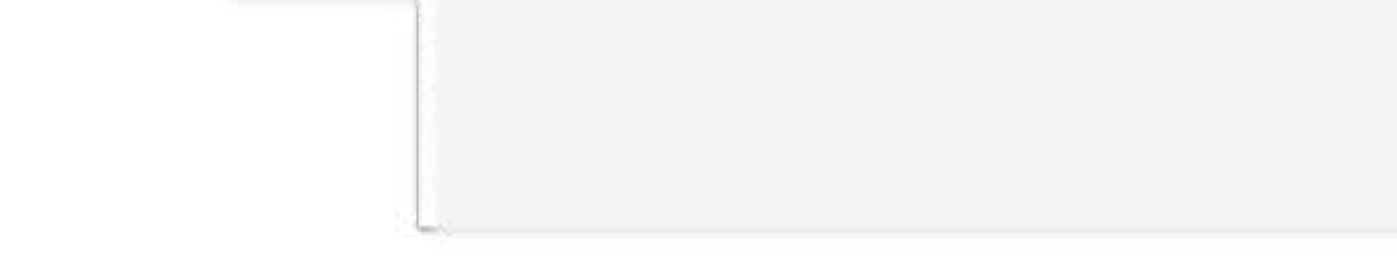
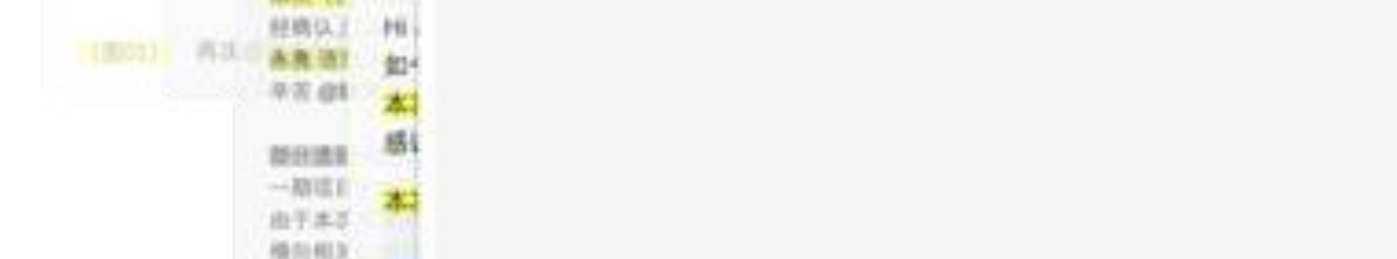
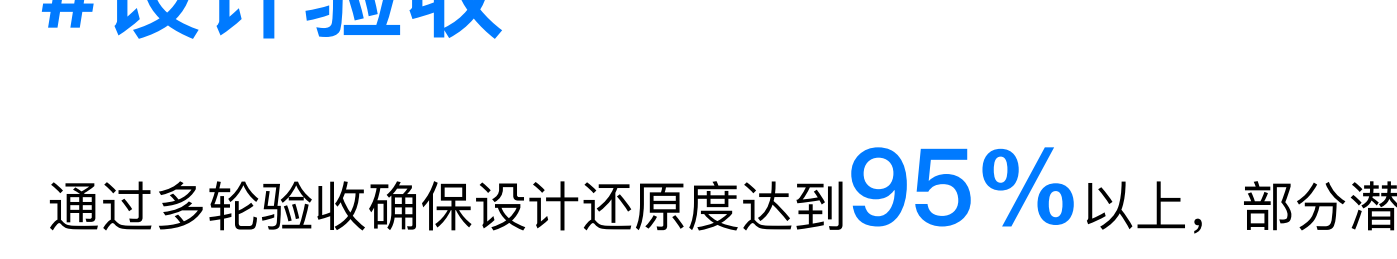
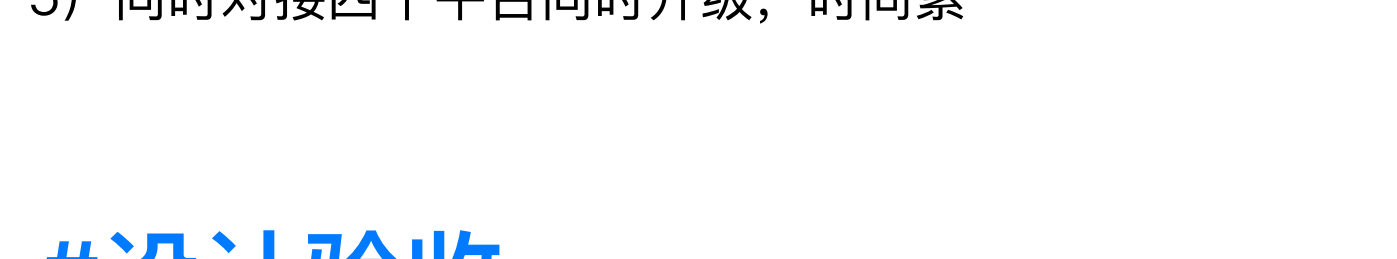
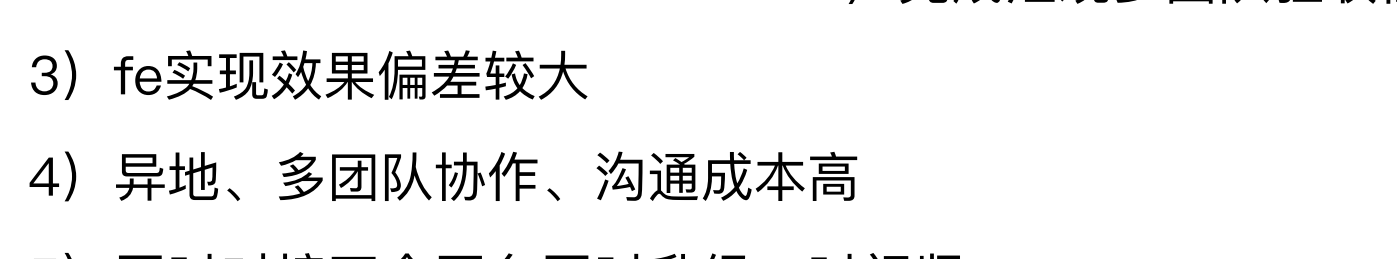
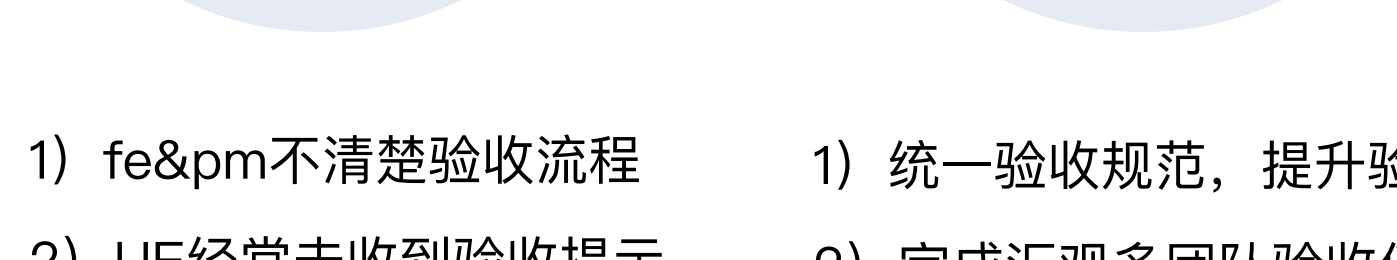
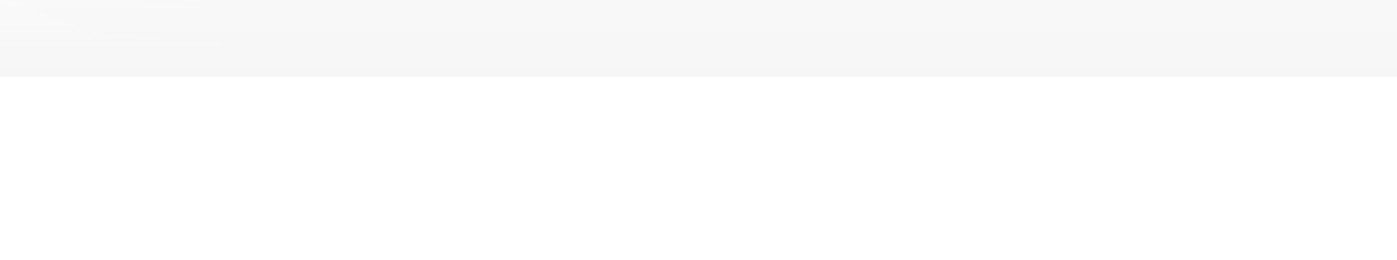
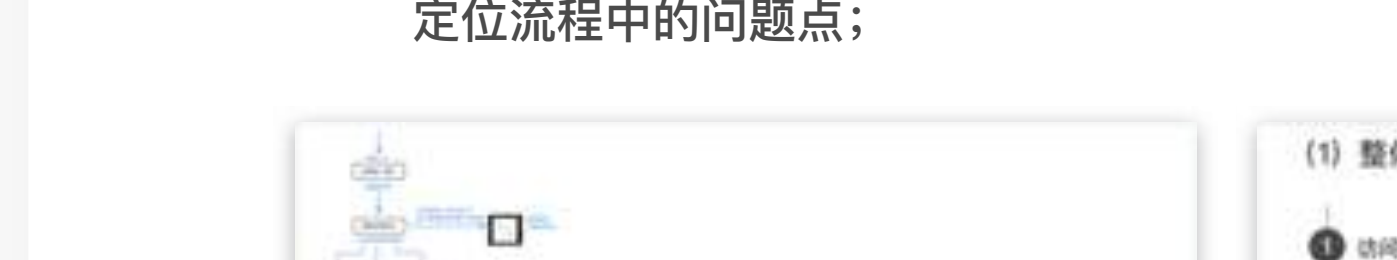
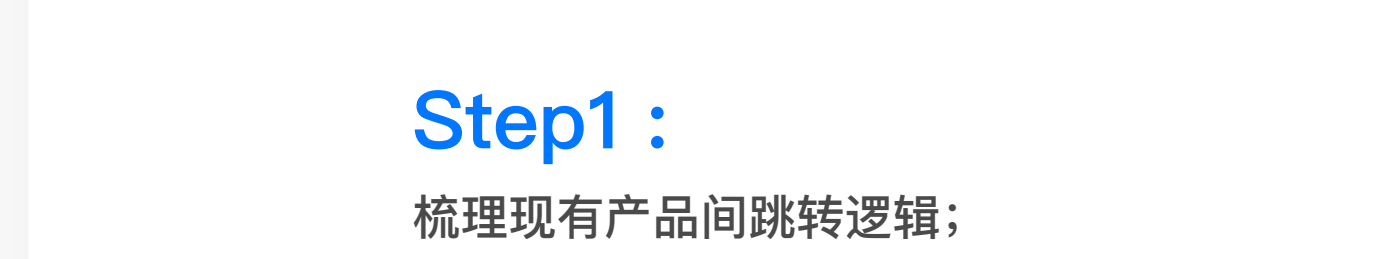
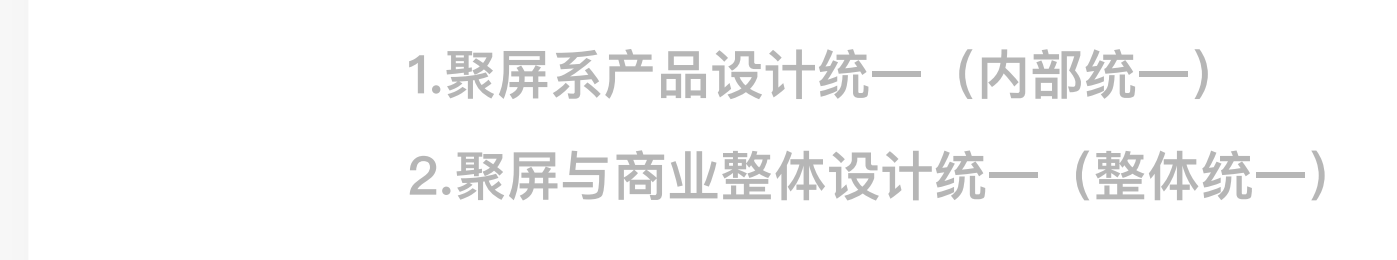
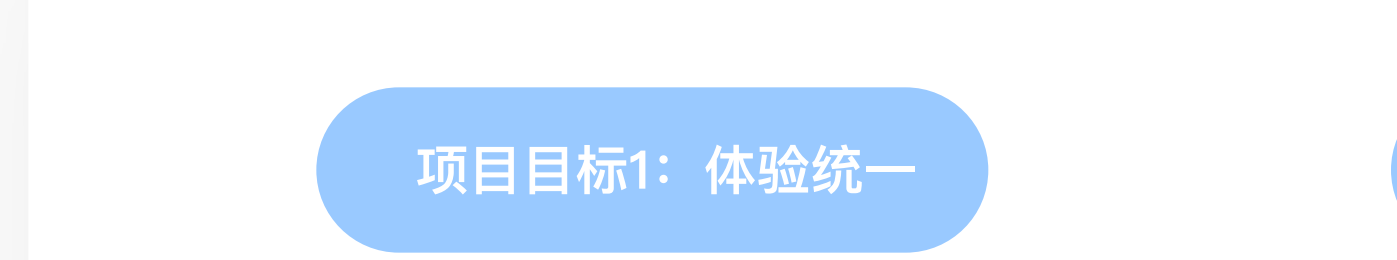
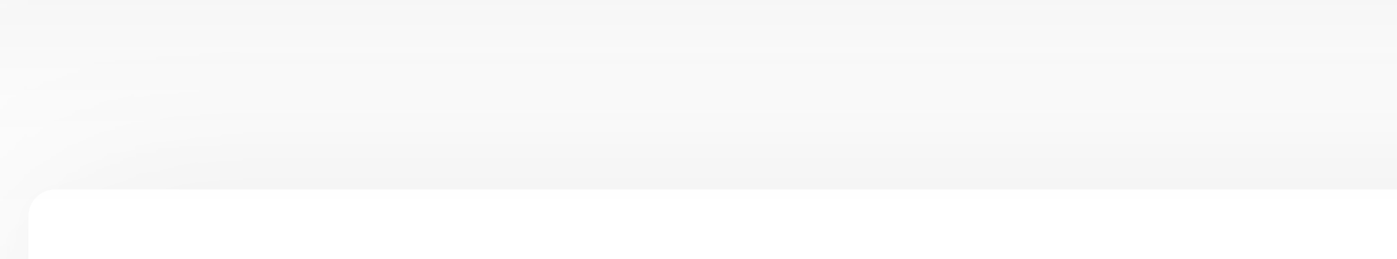
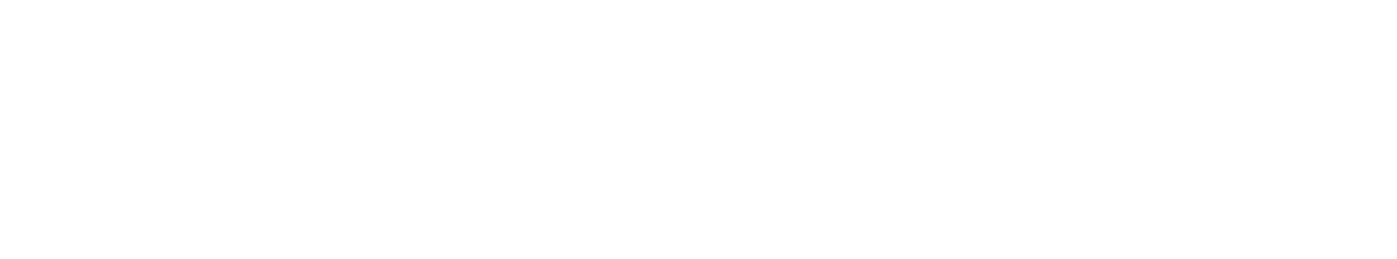
导航结构：●●●●●●●●●●

- 项目目标1: 体验统一
- 项目目标2: 体验升级
- 项目目标3: 产品聚合

(1) 针对目标2的设计解决方案与思路：

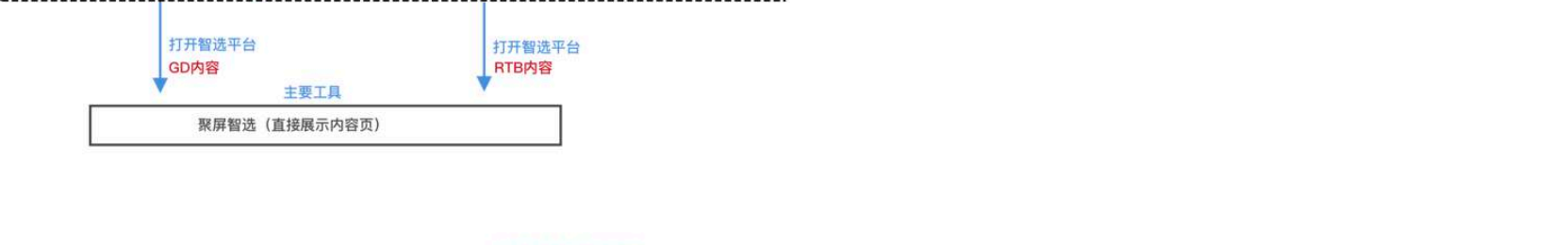
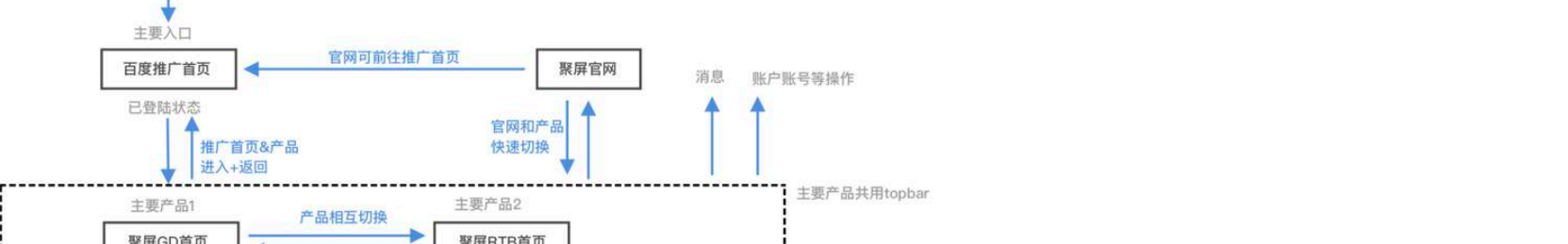
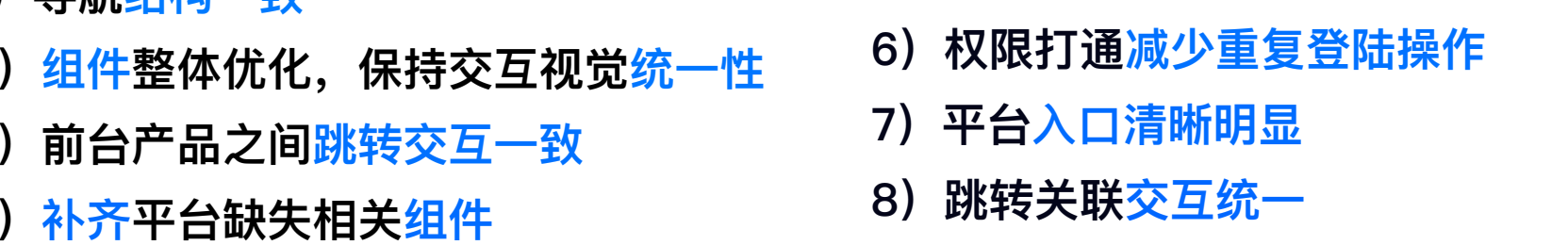
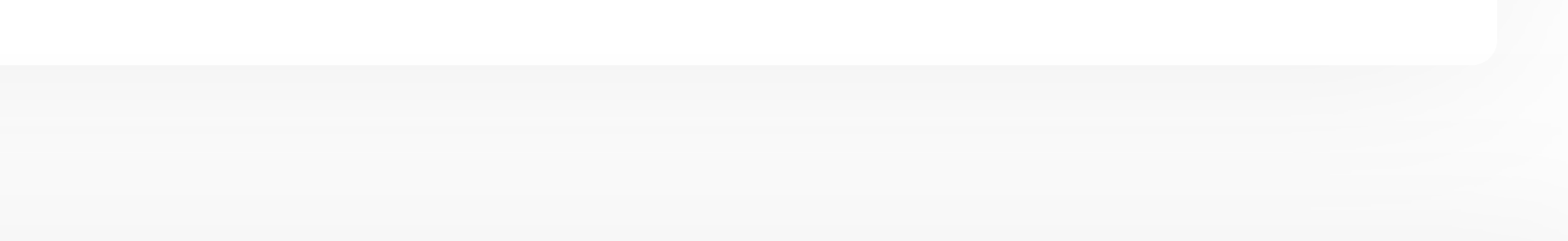
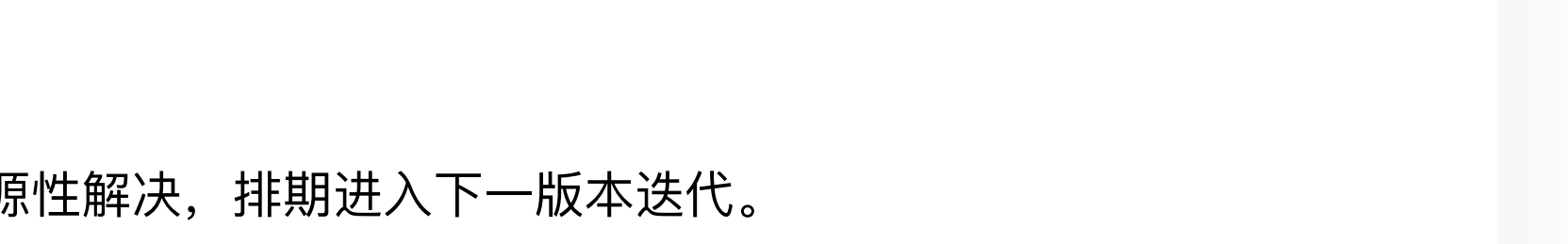
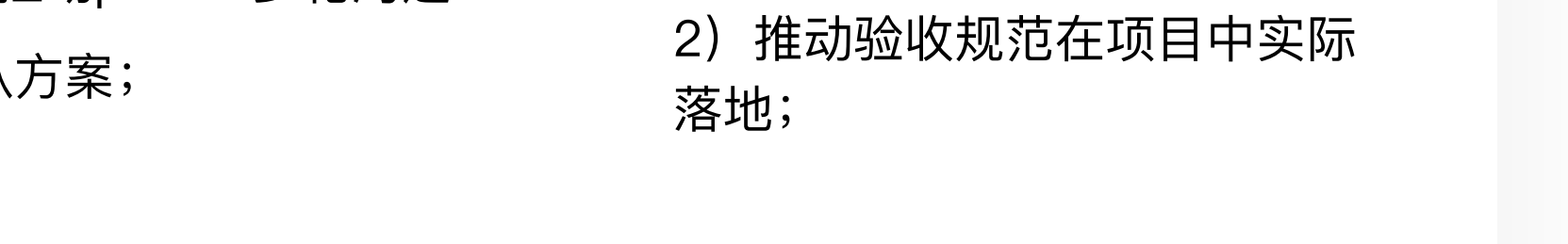
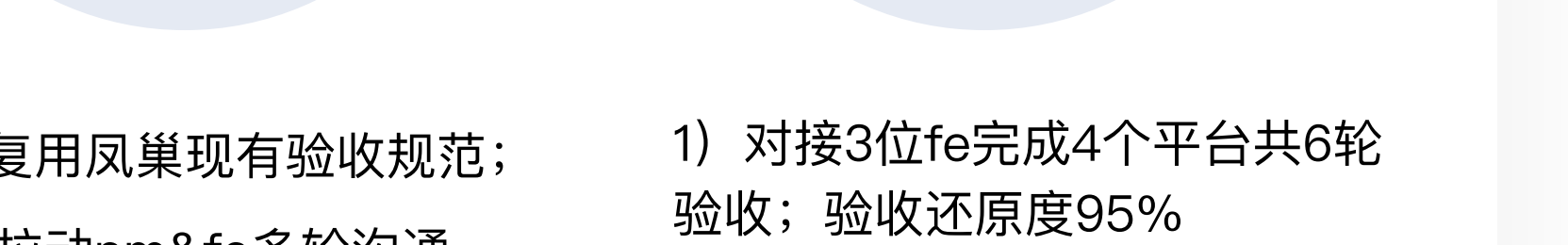
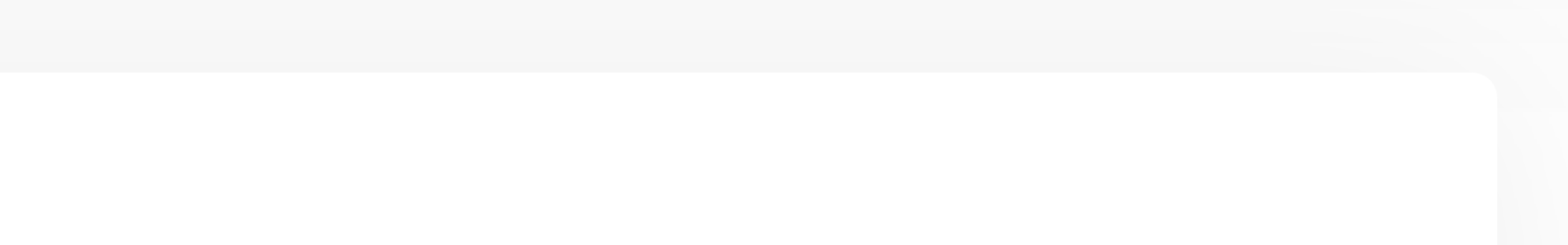
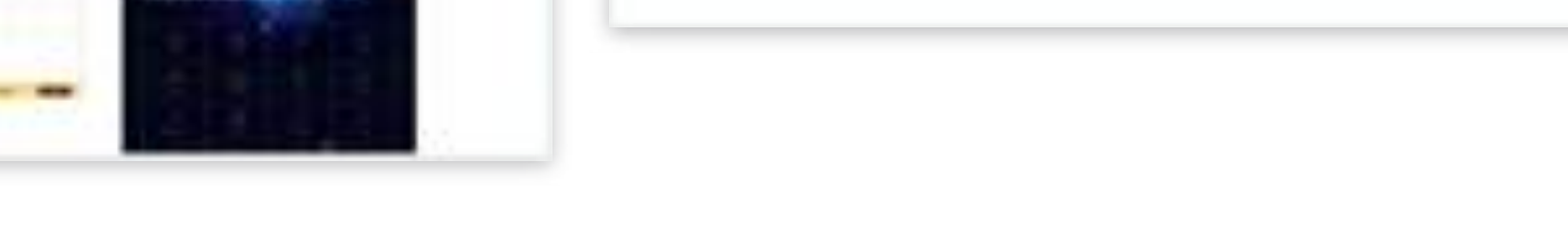
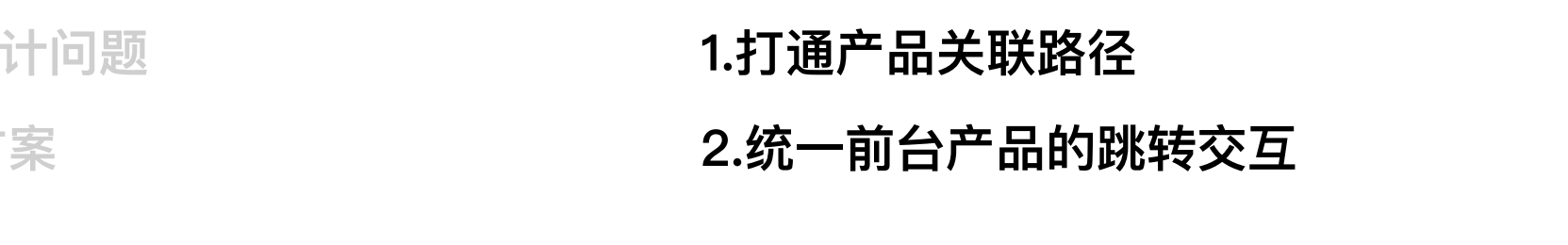
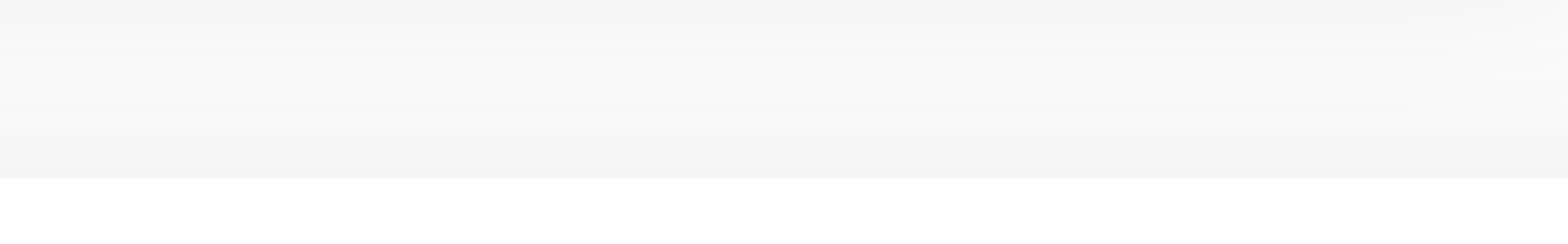
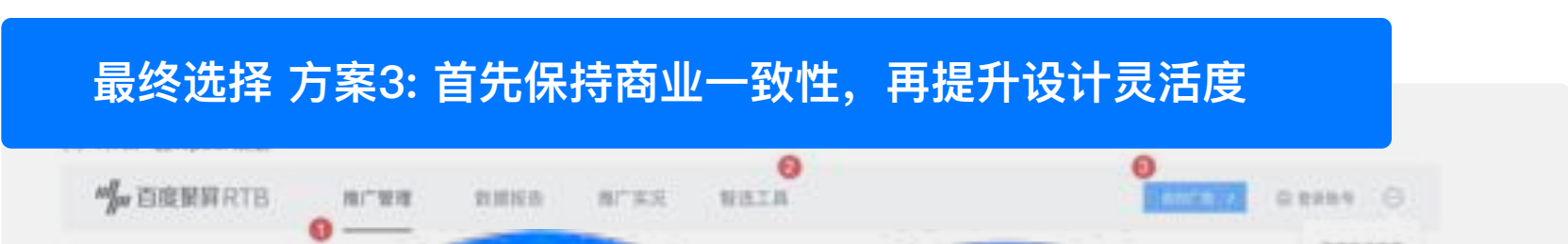
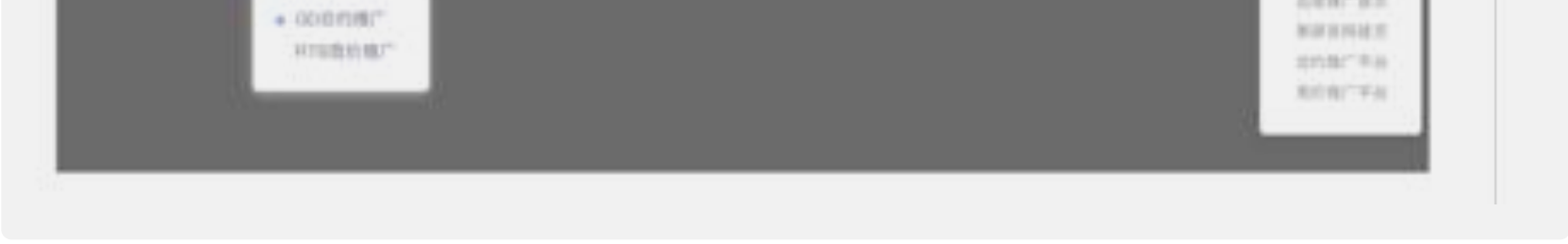
Step1 :

统计导航现有设计问题，修复元素间距、字号、组件交互等30+问题；

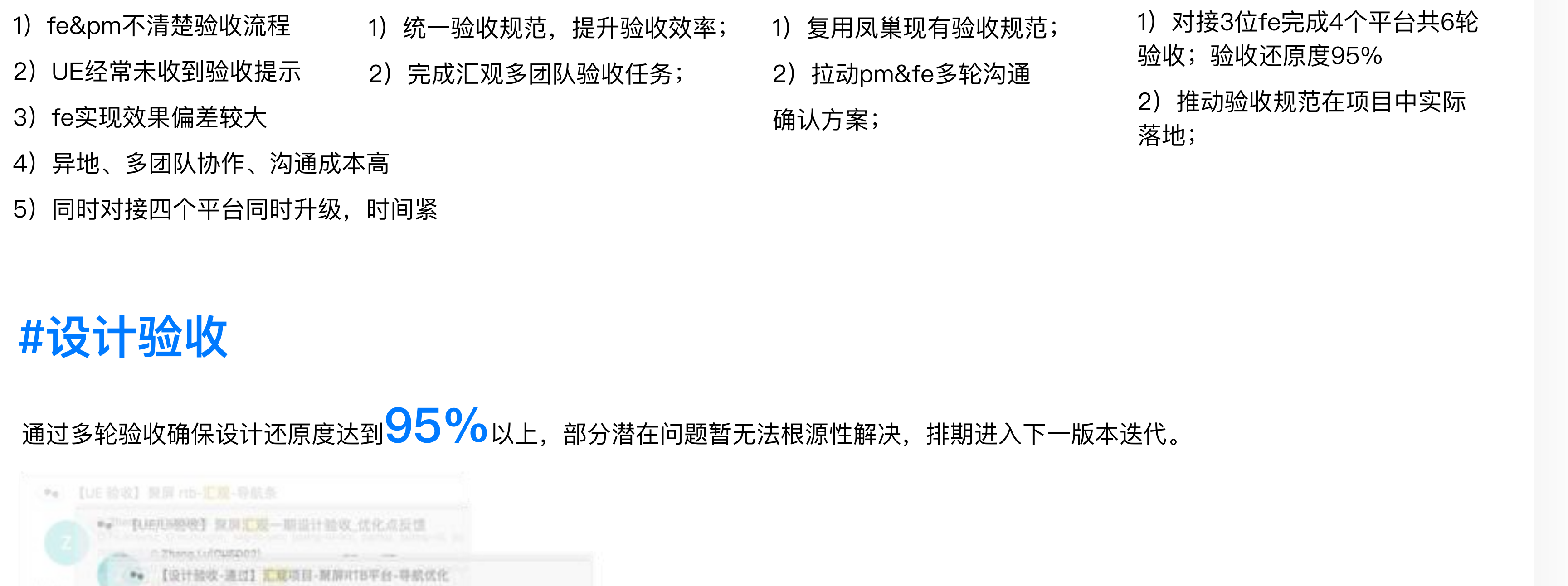


Step2:

发散设计，提出多种优化方案，经过项目评审衡量后确认最终方案；

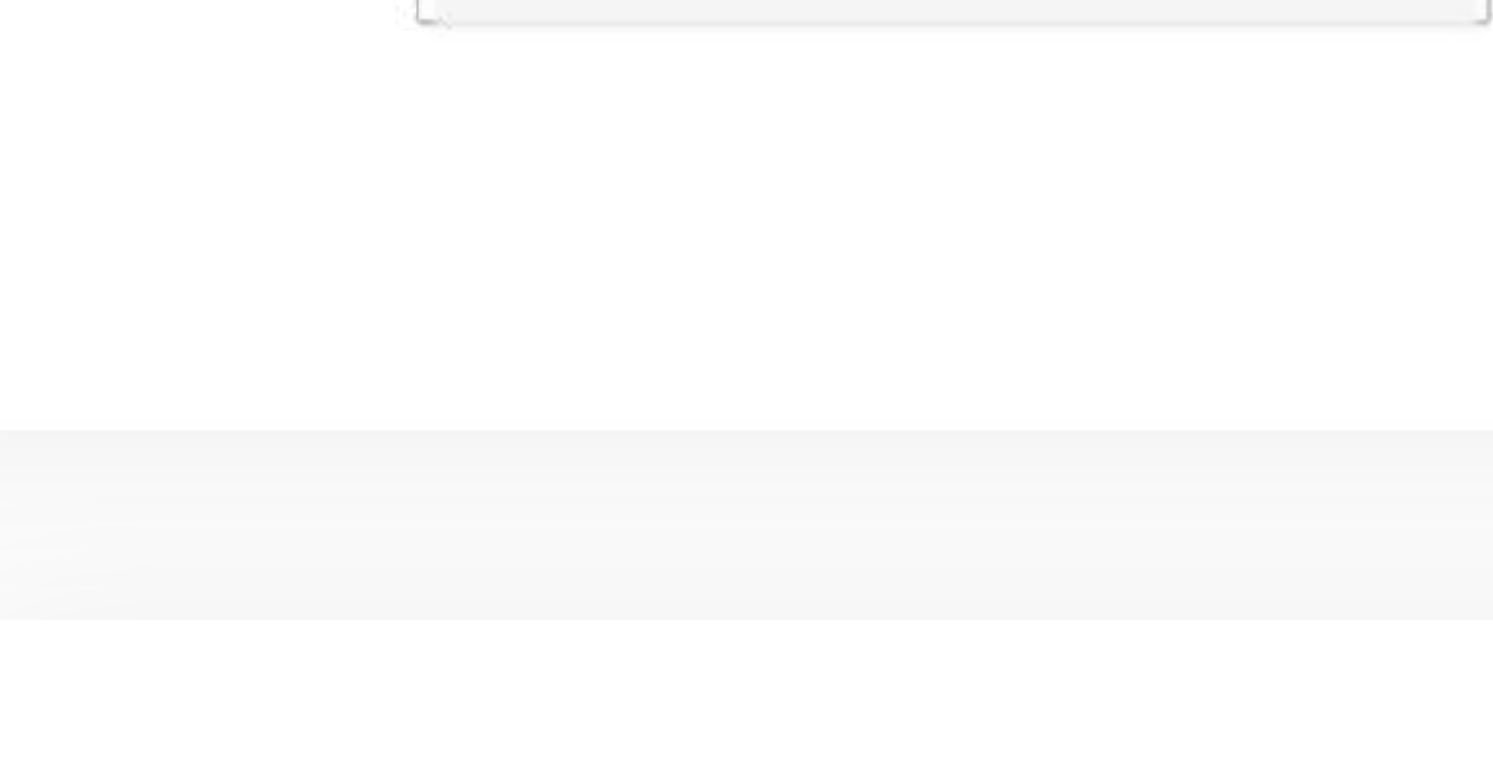


## #推动项目验收流程规范化



## #设计验收

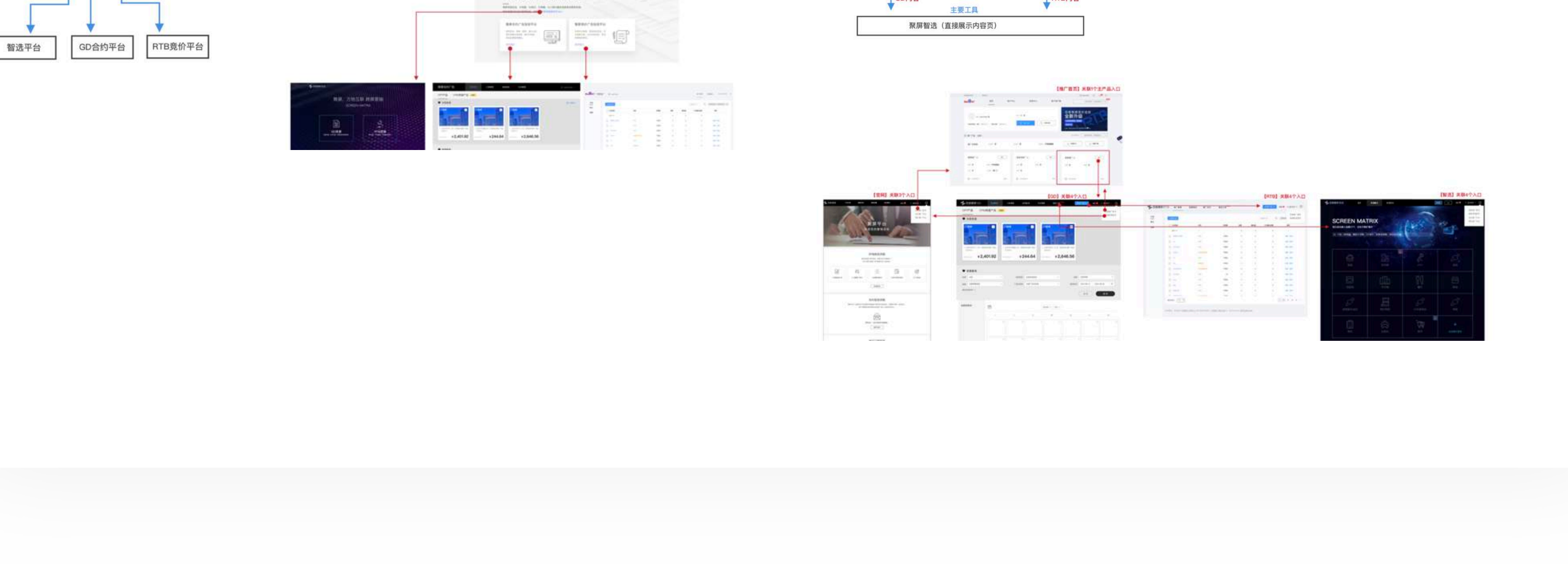
通过多轮验收确保设计还原度达到95%以上，部分潜在问题暂无法根源性解决，排期进入下一版本迭代。



设计验收流程的清晰、高效、规范化

多轮验收，形成验收邮件流，确保所有问题有跟进，直到完成所有todo问题的验收，最终确认UE验收通过；

## #优化对照Before&After





CASE2：【聚屏实况-投放端推广实况】

#拆分设计需求

需求名称：【聚屏竞价平台】新增实况推广特性；  
需求目的：增强广告主投放感知，提升复投率；  
设计目标：提供简洁的交互操作帮助客户查看实时数据，并通过直观的可视化界面增强广告主对投放的感知力度；

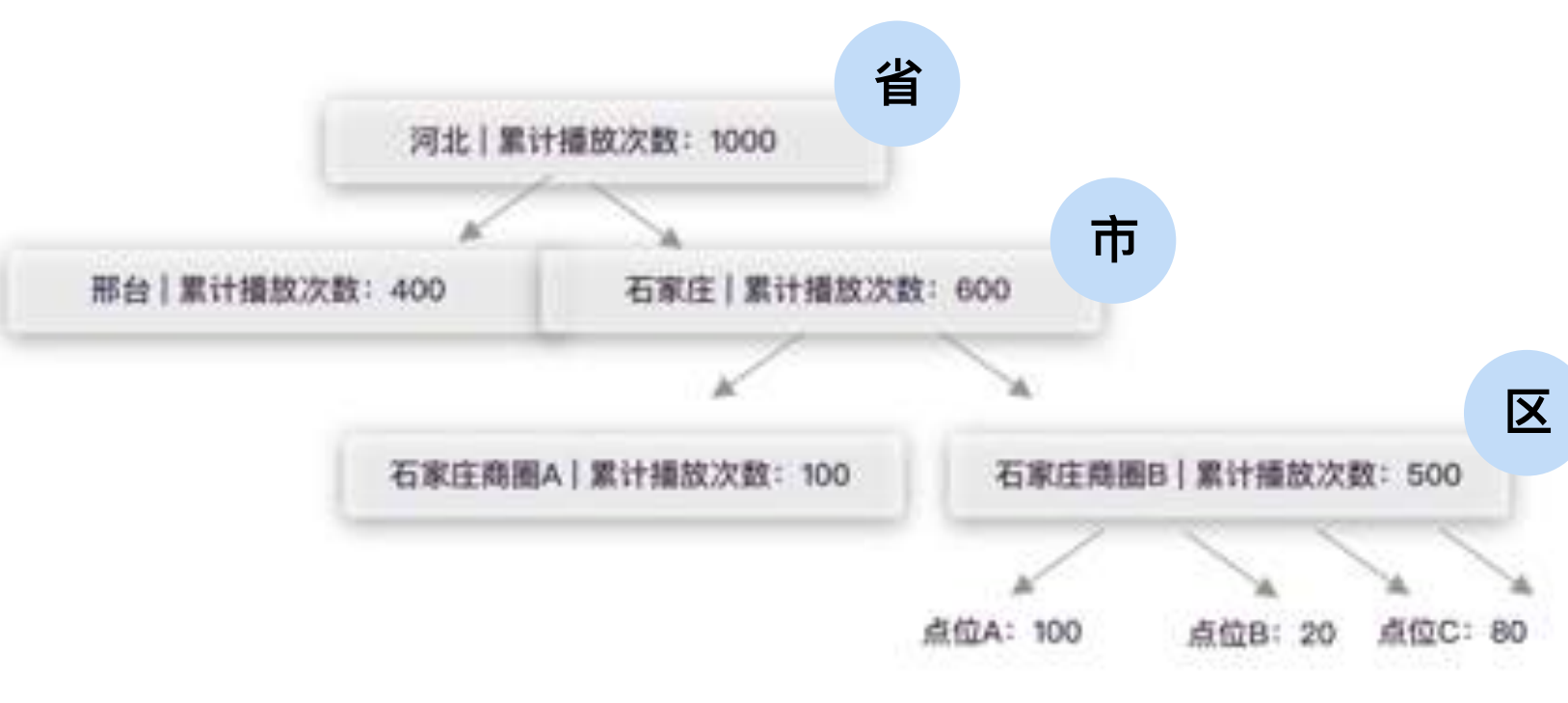
产品需求：『竞价推广平台增加地图模块，实时展示全国区域内线下屏幕上的广告播放状况』

拆分需求：



#建立设计场景

Step1：对展示数据进行分级，展示层级对应关系



确定数据分级，增强数据的可读性

进行数据分级，清晰展示数据关系  
减少数据量大对页面产生的压力导致体验不佳

Step2：建立地图分级场景



图形显示动态（心理感知：强感知）  
标签显示数据（数据展示：慢刷新）

保持地图页面以【标签】+【动态图形】结构展示信息；  
在场景缩放时保持设计一致性；

#细化地图场景页面设计



#用户访谈>定位痛点>进一步优化设计方案

1 用户访谈

访谈对象：销售  
访谈目的：挖掘更多用户使用  
细节辅助设计

2 定位痛点

用户反馈：地图页面有较好的感知到投  
放可视化，但投放的播放预览如果都是  
效果图则没有太大可信度。

3 挖掘设计价值

现有成本：运营需要承担人力成本，  
现场拍照后反馈投放效果；  
优化后：将人工拍摄监控照片的商业模式转变  
为客户在线上直接查看实时播放效果，  
实现监控自动化，有效降低人力成本。

优化设计方案，  
增加数据信息，增强可信度；  
细化为2个页面场景；

【1 地图实况页面】



优化点：  
1) 增加点位详情侧栏，展示更多设备实况照片；  
2) 显示更多设备数据，用户可选择进入设备详情页查看回放数据；

【2 设备回放页面】



优化点：  
1) 提升设备预览效果图设计质感；  
2) 显示更多设备回放数据，通过多维度数据增强可信度；

#设计收尾

调整

核对

验收

项目一期上线：

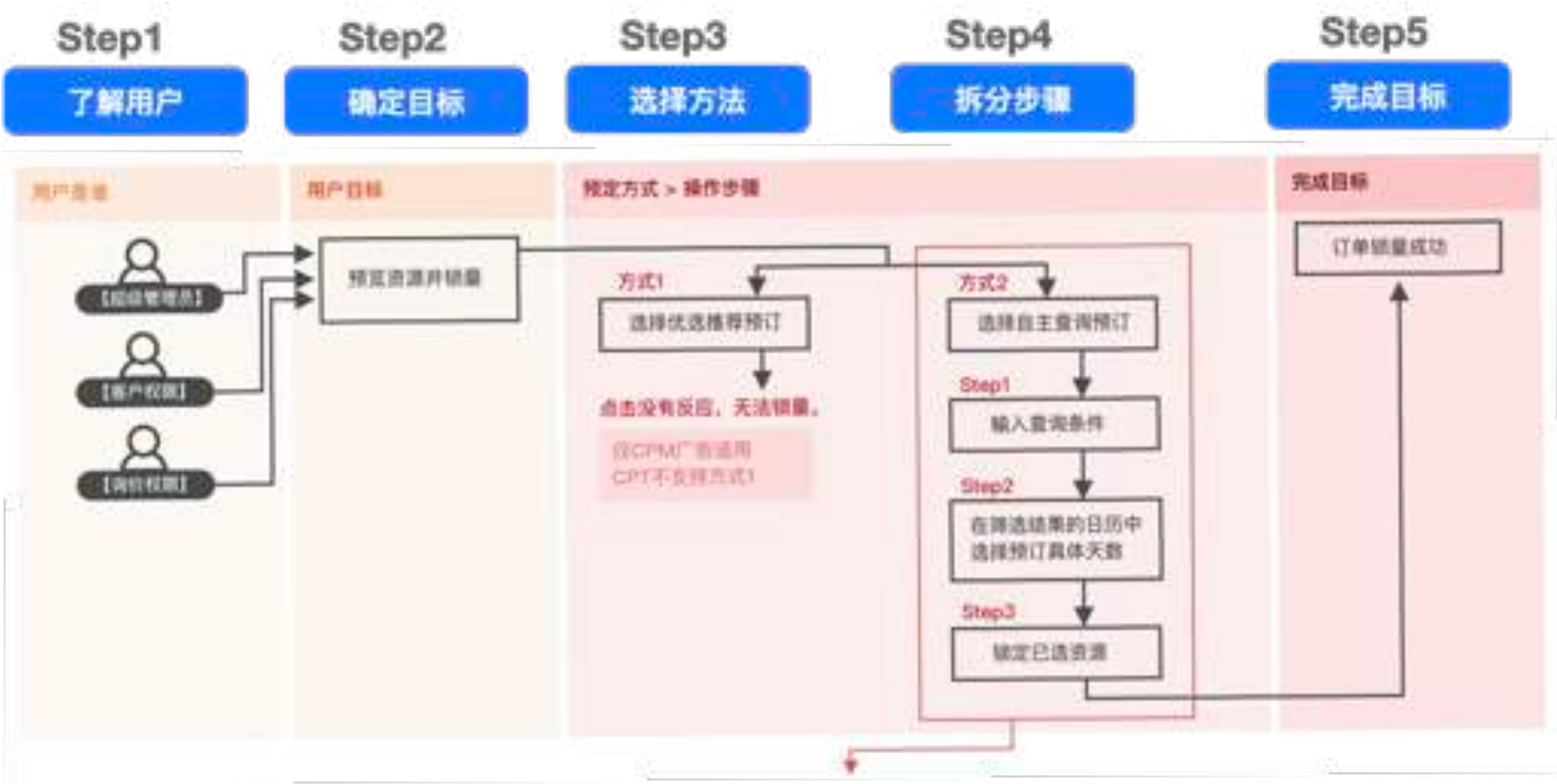
由于项目周期长，地图页面交互细节多，  
对所有设计变更调整点进行记录追踪，  
最终经过多轮核对验收，修复问题并顺利上线；



#总结交互场景 提升设计效率；

大部分B端产品存在体量大、在长期发展中留存众多体验较差的老页面问题。但其实产品中的大多数功能都具有相似性；对经典场景进行总结，并在之后的设计中直接复用已有设计流程，可以有效的提升设计效率；并且避免在判断复杂的B端产品时出现逻辑或细节错误；

当为场景中增加新功能时，直接判断功能切入点并使用RoadMap确认新增的逻辑是否符合当前业务逻辑；



1 用户下单主流程

通过场景地图展示【不同用户】选择【不同方式】的交互主流程差异

通过展示主要操作环节帮助项目协作团队快速融入设计场景中；

2 完成目标的细节交互步骤

对具体的交互环节进行详细拆分并对交互结果进行展示；可帮助设计师整理业务逻辑；

当现有功能需要修改时，一份清晰的交互细节步骤图将帮助设计师快速找到问题的切入点；

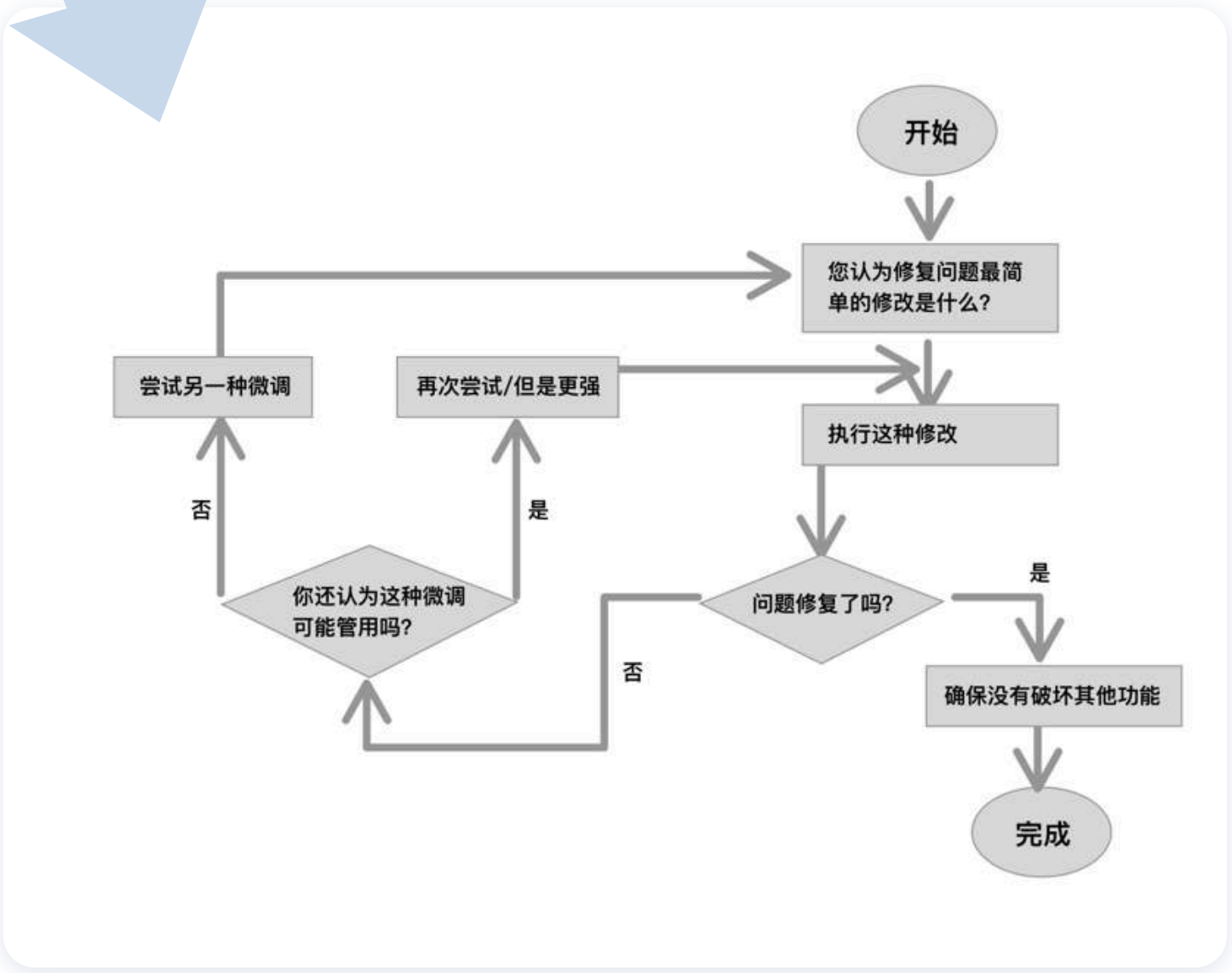
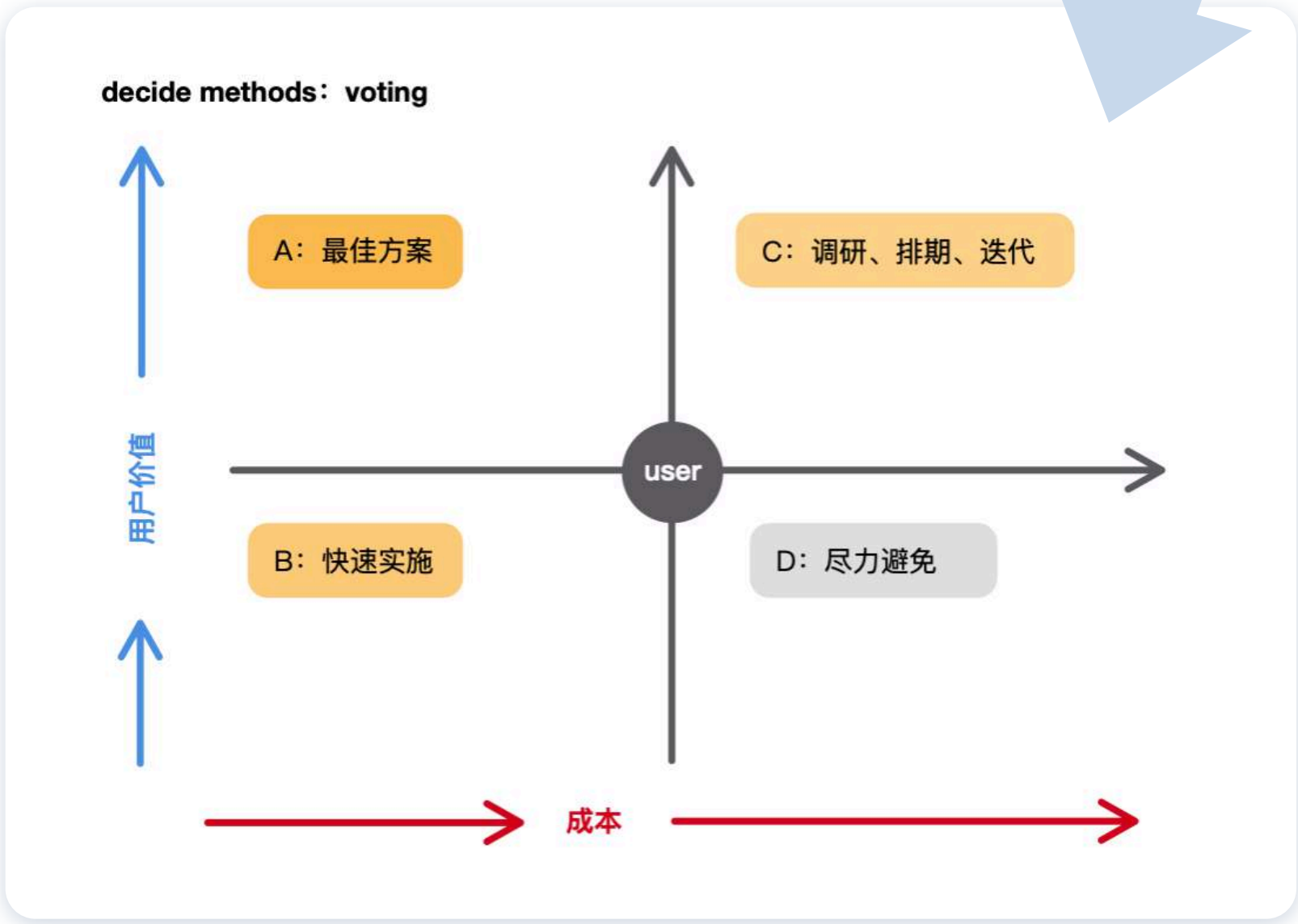


3 设计调整的执行方法

如当前设计方案需要继续调整，则根据需求大小来判断

根据用户价值、成本来衡量大的设计改版方向

微调小需求、完成快速迭代上线





**【百度App垂类小程序】 【百度聚屏推广】 设计需求**  
**接口人**，负责管理业务线中所有的设计进度；

向产品团队、开发团队、测试团队反馈设计进度及人力安排，保证项目快速顺利的进行迭代；

**问题：**项目节奏快，沟通时间短，设计落地验收时间短，上线效果不佳；  
**方法：**增加需求沟通时间+多轮设计验收，增加相对时间保证设计沟通&设计落地的质量；  
**结果：**设计更可控，验收还原度更高

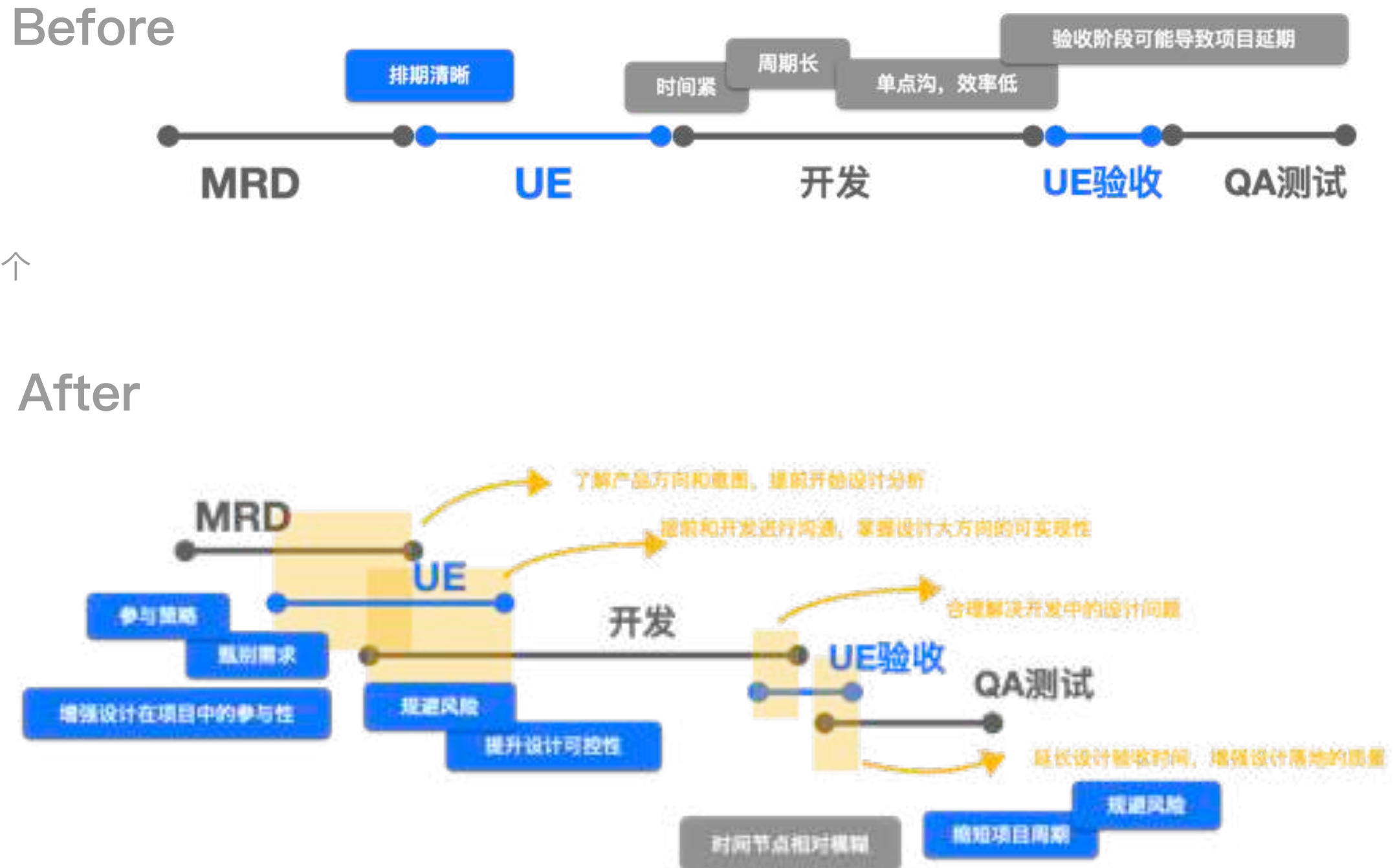
### Before 正常项目协作流程

正常协作中UE验收**0.5天**，平均每个小程序功能点验收问题：**10** 个  
最终开发平均能优化问题占比：**10%~20%**

以【小程序业务为案例】：

最终开发平均能解决问题占比：**90%**

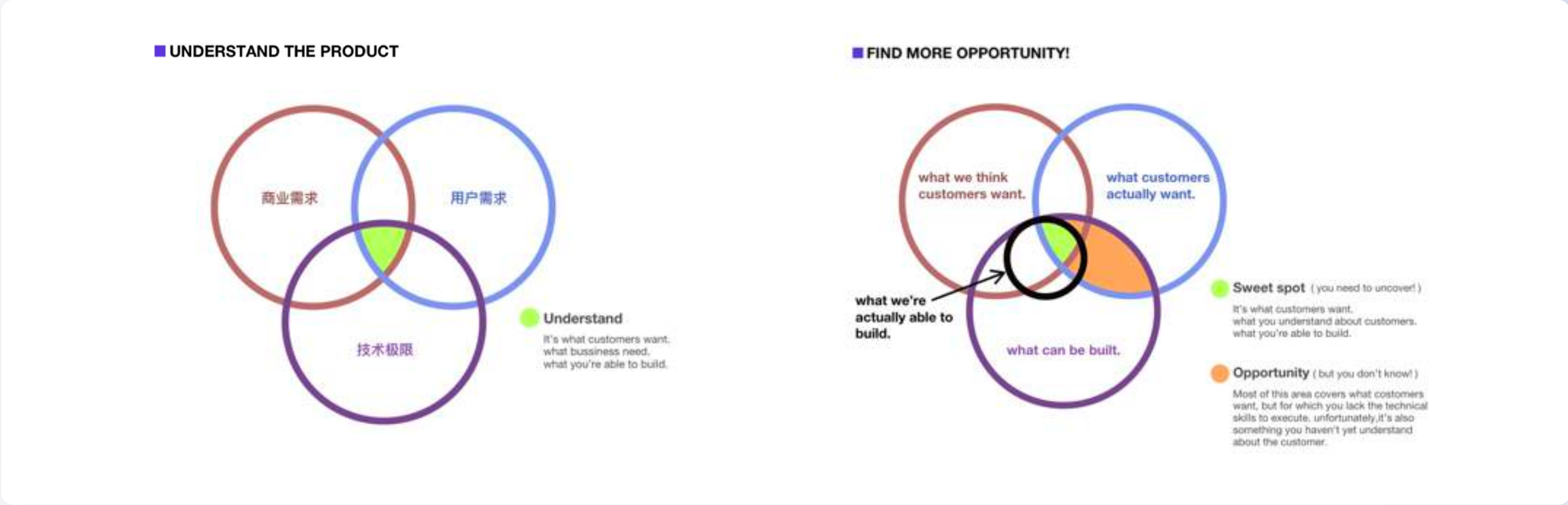
## After





#设计中的平衡：商业&用户&技术

理解真实需求，发现更多可能，寻找交集中的设计机会



商业设计在【商业需求】【用户需求】【技术极限】三者交集中寻找可以落脚的设计点，但交集的面积太小会导致我们没有更多设计发挥的可能；为了最大化的发现设计机会并扩大商业价值，我们需要在【用户真实需要的】和【技术能做到的】交集之间深入探索，而不要仅仅停留在【我们认为用户需要的】的限制之内；

#我的发展方向：业务&设计&技术的平衡

作为设计师，我希望设计能真正解决用户的问题，并保证设计方案能够完美落地；

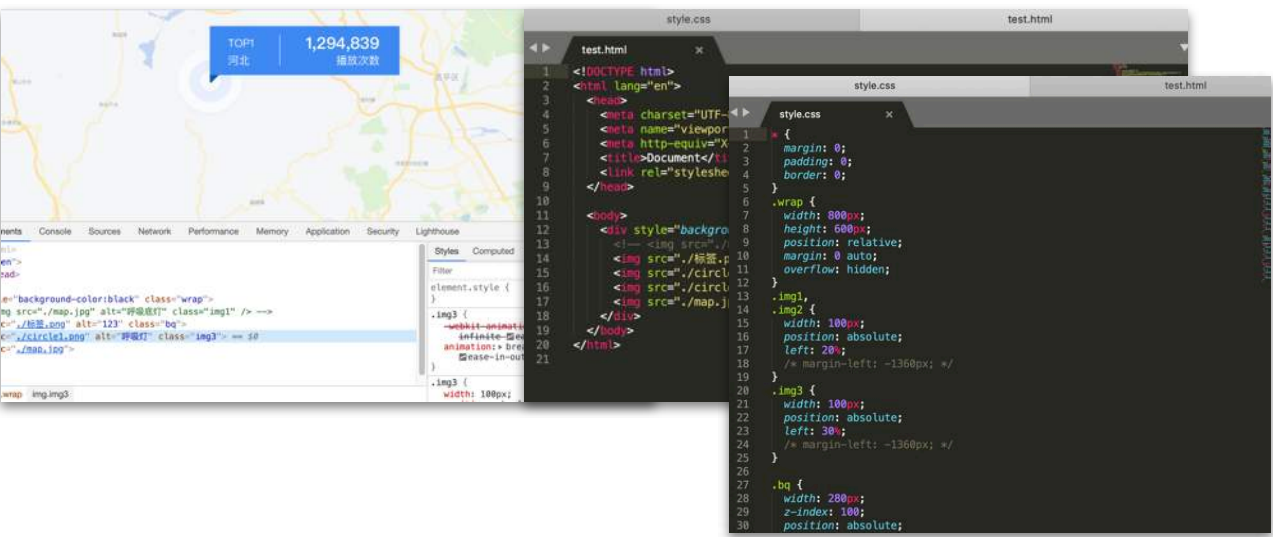
首先设计方面保持不断提升设计技能，掌握并探索最新的设计方法；也必须深入了解产品的所在的行业背景与业务知识，成为行业内的设计专家；

其次也在工作中不断学习前端html&css&js知识，了解并使用最新的设计组件库，以便更好的和开发协作共同创造并实现更好的设计方案；

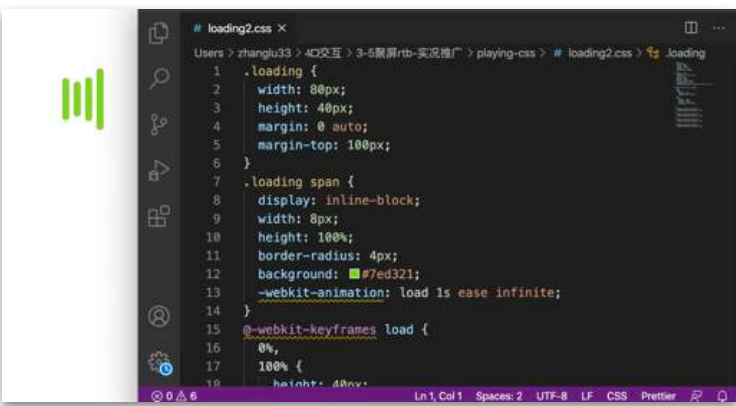
努力达到适合自己的商业&设计&技术的平衡点：  
【精于设计】+【深耕行业】+【熟悉技术】

一些自己编写的设计demo，帮助开发更好的理解设计动效

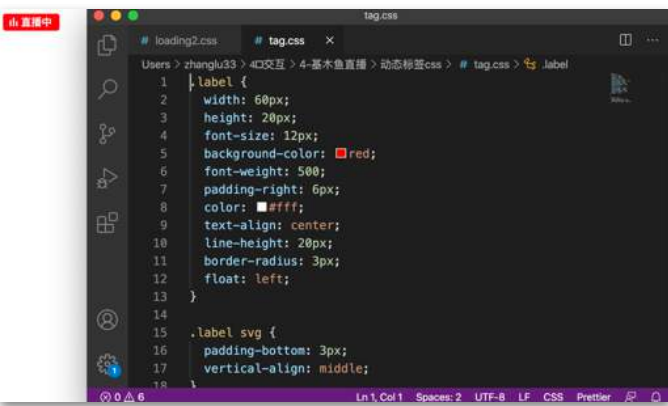
CASE1：地图标签动态展示动效



CASE2：动态播放图标



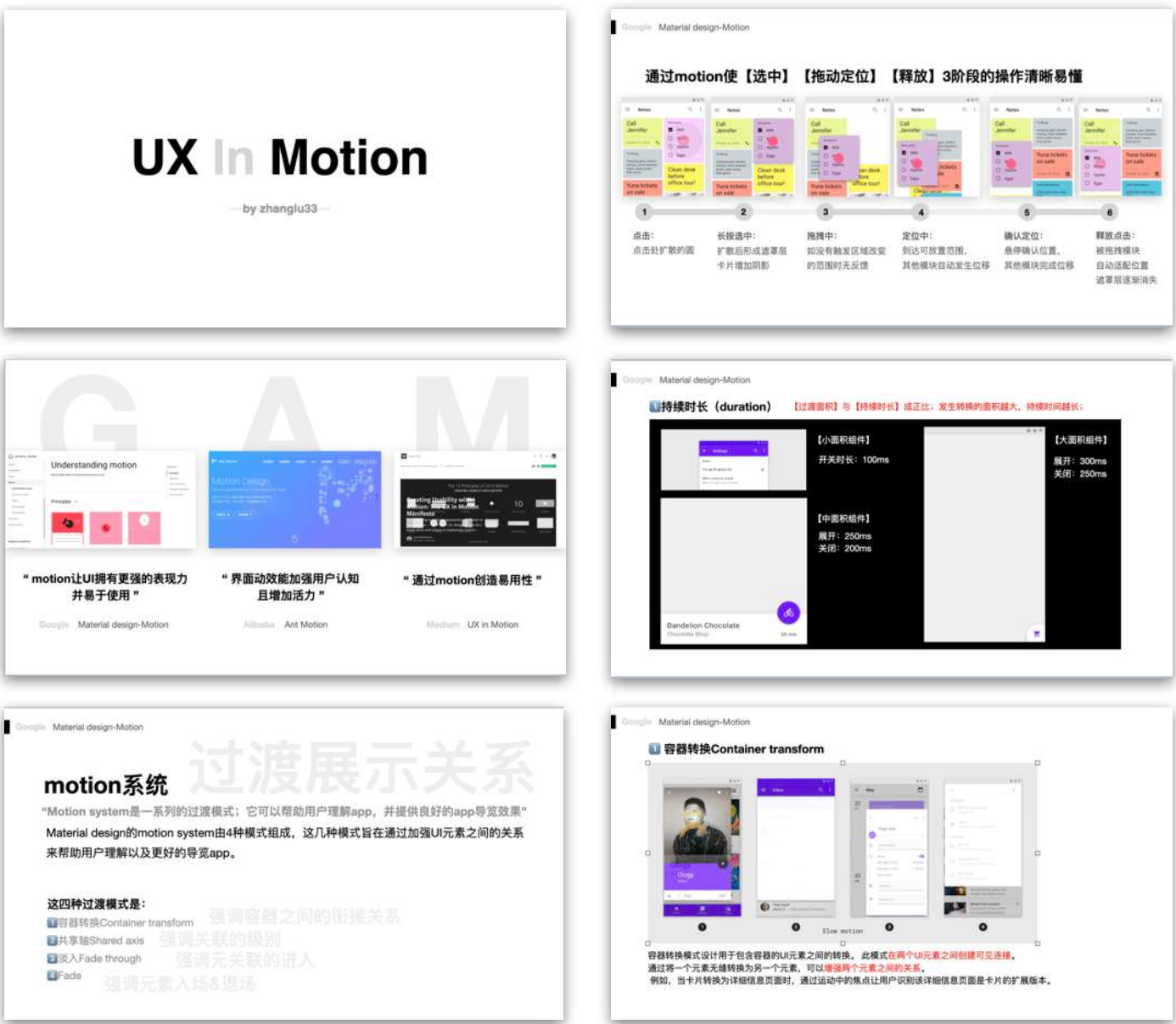
CASE3：直播动态标签





工作中对兴趣方向或业务相关方向进行探索总结，定期进行团队内部设计分享。

我分享了关于【交互运动体系】【设计价值的衡量方法】【lottie动画库的使用】三部分内容；



## 【分享】Motion Design System

我们常把Motion特指为【动效】，但在交互设计中，对motion的研究更偏向于【元素的运动】。在对百度营销页面进行设计优化时，我对【Google：Material Design】【alibaba：Ant-Motion】的动效设计规范进行了全面的研究与分析；整理出关键概念与应用规范并在商业UED内部进行了分享；共同探讨如何系统的优化移动端页面的动效交互体系；

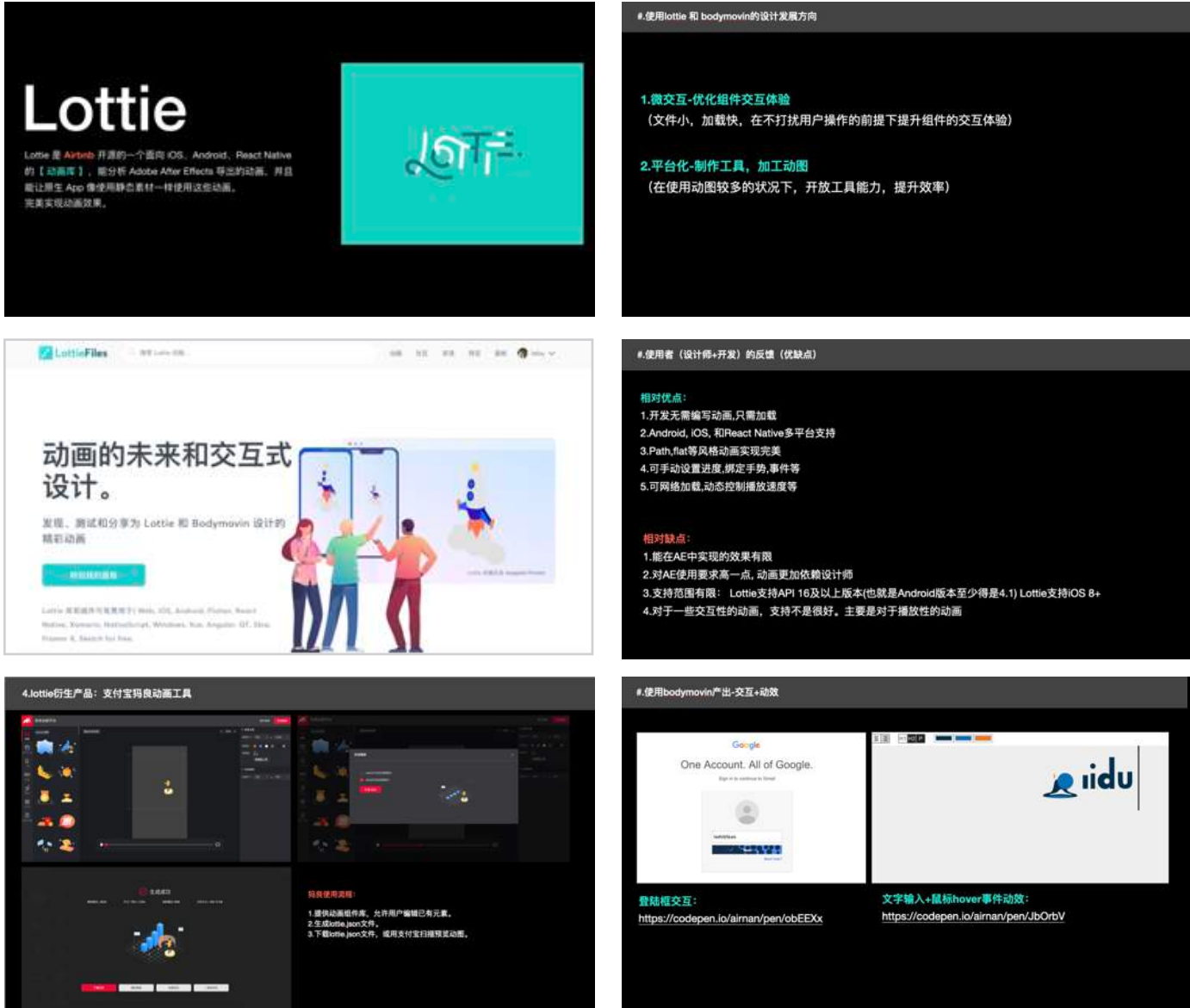
## 【分享】如何更可信的衡量设计价值

设计师们经常会思考如何衡量自己的设计价值。

但在大多数情况下，设计价值其实是一件难以精确量化的事情。

为了更好地在工作中、项目中阐述设计及其带来的价值，我总结了一份10分钟分享，通过【衡量的目的】【价值的细分】【衡量方法】三部分来进行研究。并在设计团队内部进行了分享与探讨。

其中设计评审环节帮助团队更好更客观的审视一份设计稿。



## 【分享】Airbnb Lottie动画库

设计师经常会遇到需要通过添加动画或增加元素动效来优化体验的时刻；相比传统的gif图或js&css动画，Airbnb的lottie动画库提供了更丰富的选择和更轻便的使用方法；

通过对动画库的使用进行介绍，向团队内部推广动画库；并尝试在项目中推动团队使用动画组件库，提升动画&动效的设计质量和效率；



On-line

# END

THANKS FOR WATCHING

