

1F 品集

UI DESIGN

2022

PORTFOLIO

ABOUT
庞晓雨

联系我
13121307622

邮箱
13121307622@163.COM



庞晓雨

Xiaoyu.Pang

天津师范大学 本科 | 24岁 | 3年UI工作经验

有着多项完整的项目经验，具有较强的需求分析、视觉设计和项目把控能力。坚持以用户体验为中心，多元思维为基础，提高工作质量和效率的同时，不断关注于产品的优化与完善。

Tel

13121307622

E-mail

13121307622@163.com

More >>



庞晓雨
Xiaoyu.



2019.03 - 2021.04

天津优拓互动科技有限公司

1. 负责亿锋APP页面迭代优化，输出相应视觉界面，最终形成设计规范；
2. 针对产品需求输出界面设计页面和网站设计，完成视觉页面最优输出并推进执行规范的使用；
3. 同时持续跟进项目开发，积极与研发人员进行实现交流保证项目高效落地；

2021.05 - 至今

北京早耕田广告有限公司

1. 负责名厨移动端和小程序界面设计工作；
2. 从用户体验角度发掘产品特性，并解决问题，用相应的设计语言表达产品诉求；
3. 和研发同学协作完成产品迭代适配和验收，并在团队中推进体验走查表，以高效率完成对产品上线的质量负责；
4. 维护更新团队中组件库，并主动在团队和跨部门之间推进和规范化，大幅度提升工作效率；
5. 负责名厨运营活动相关的落地页、弹窗等设计；
6. 在团队间积极组织分享业务总结、设计经验，将设计系统化，促进团队的协作效率；

名厨

UI DESIGN

名厨是什么？

名厨的前身是PGC内容资讯平台，后转型为专业厨师和美食爱好者提供记录、分享、交流的平台；

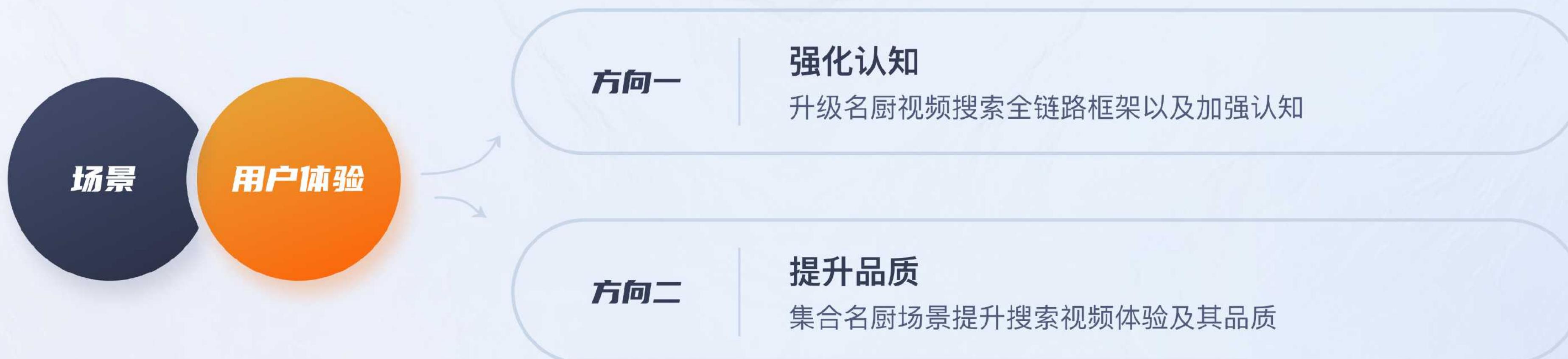
名厨的目标用户是谁？

对菜谱质量要求较高，对内容充满探索欲热爱分享的用户；



之前名厨搜索内容浏览框架与内容消费体验都更符合图文类资源的特点。在视频化趋势下，用户搜索、浏览、消费视频的需求日益增长，原有的浏览框架导致用户在搜索后难以触达视频结果、消费时难以切换不同场景。此外在视频消费体验上还存在播放流畅性不佳、视频品质感较差等问题，用户感知未到达最佳水平；

结合场景与用户使用习惯，从**强化认知、提升品质**两方面出发，升级视频搜索全链路框架，提升搜索视频体验及品质。





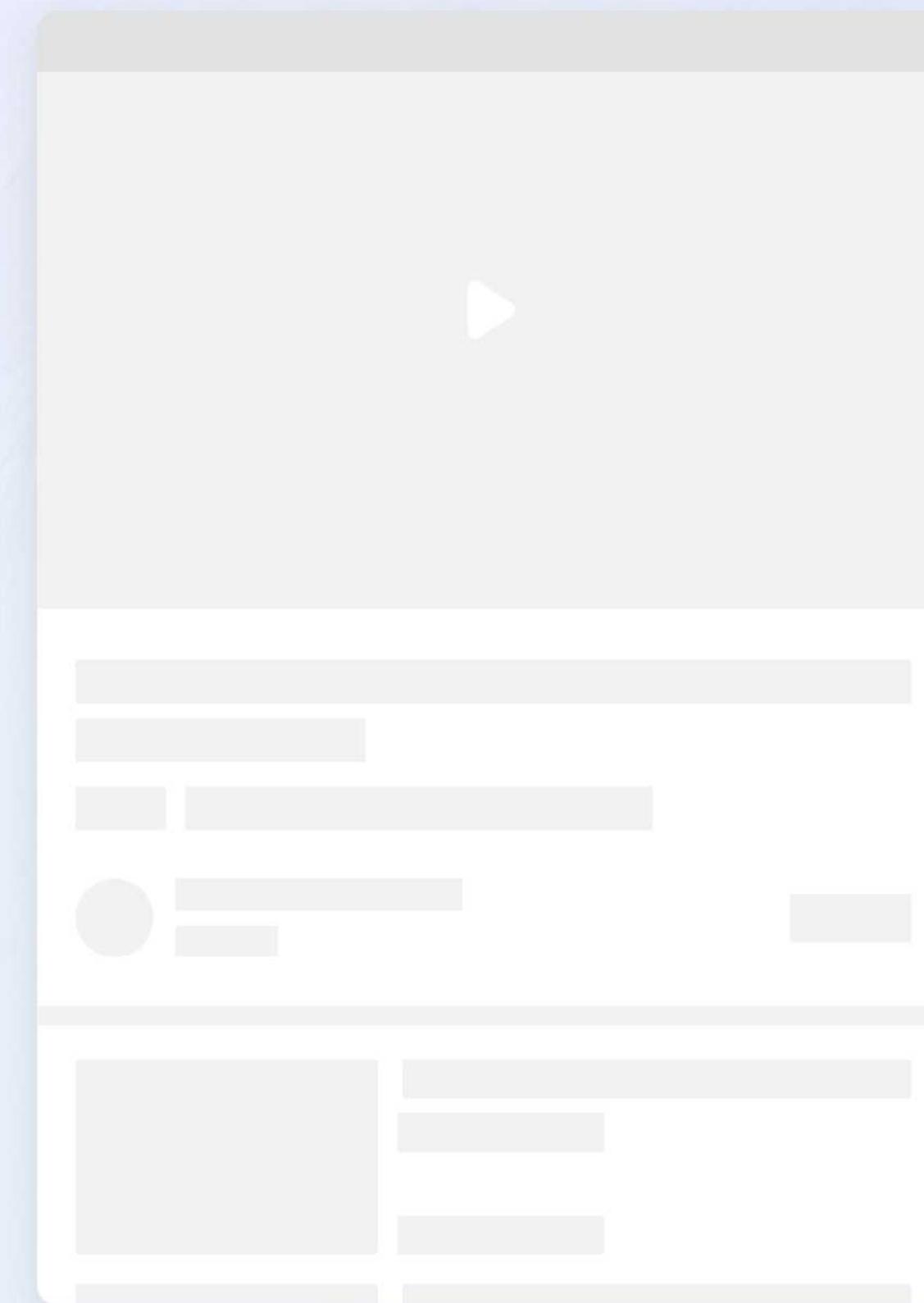
综合搜索结果页

问题：视频占比比较低 浏览效率低
解法：前置满足 畅快浏览
呈现：负一楼框架



视频结果页

问题：切换tab操作成本高
解法：操作提效
呈现：新增横划切tab手势交互



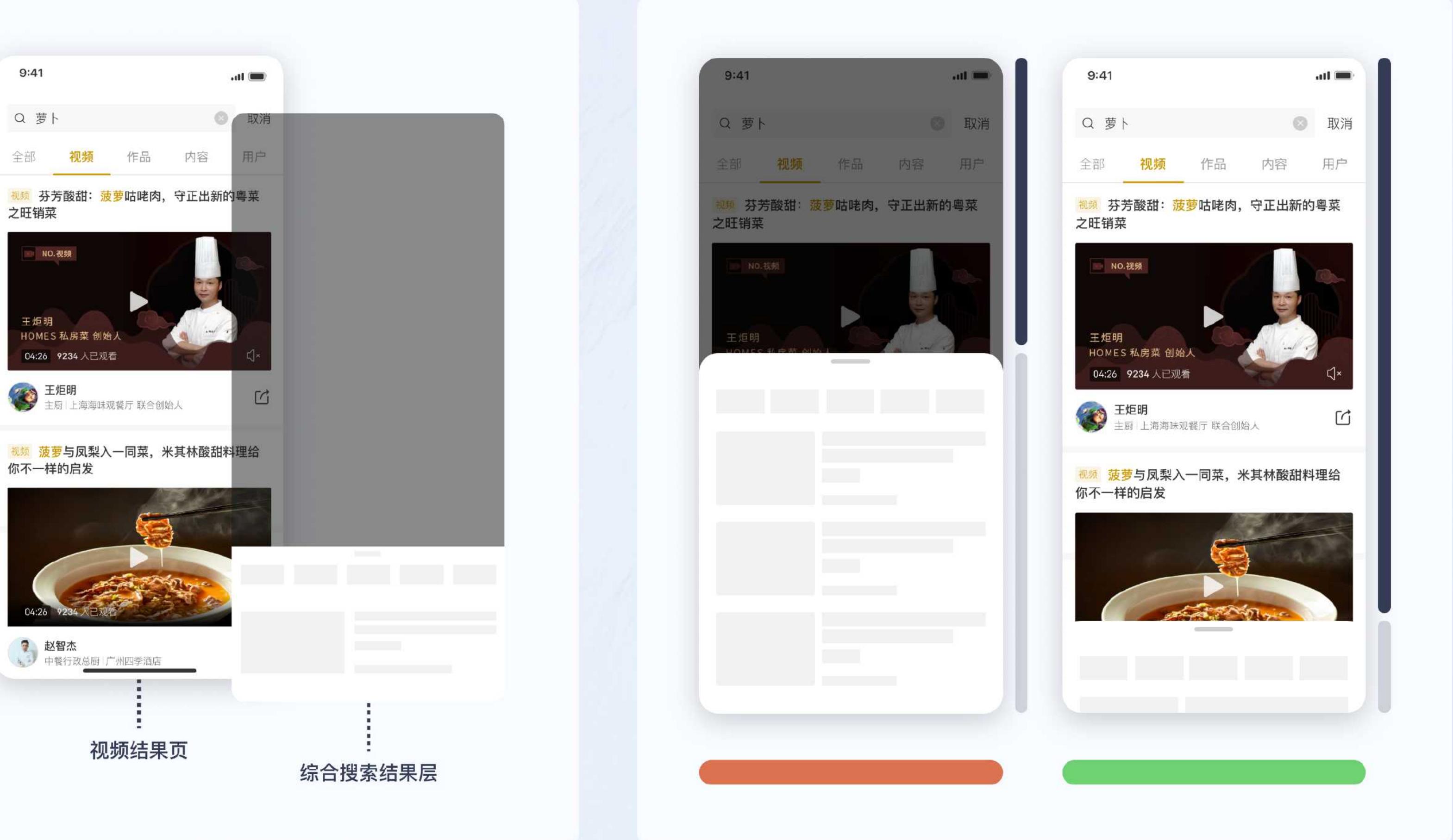
视频落地页

问题：用户对视频落地页认知较弱
解法：强化认知
呈现：五合框架

定义框架结构

视频结果与综合结 果的布局占比

明确页面层级，同时为保证视频浏览的顺畅感与操作效率，需保证视频占比尽可能更多。所以综合结果只露出TAB，并不展示搜索结果；



引导用户认知

为辅助用户建立对新框架的认知，我们通过三阶引导在不同时机引导用户操作。

当新用户进入负一楼后 【引导1】 会引导用户上拉，使用户进入综合结果；
进入综合结果后 【引导2】 通过页面自动下拉的引导帮用户认知返回路径；
当用户重新进入负一楼且一段时间内无操作
【引导3】 会引导用户上滑浏览视频。
这三个引导紧密配合，有效辅助用户快速建立全新的使用习惯。



提升搜索视频体验

信息整合

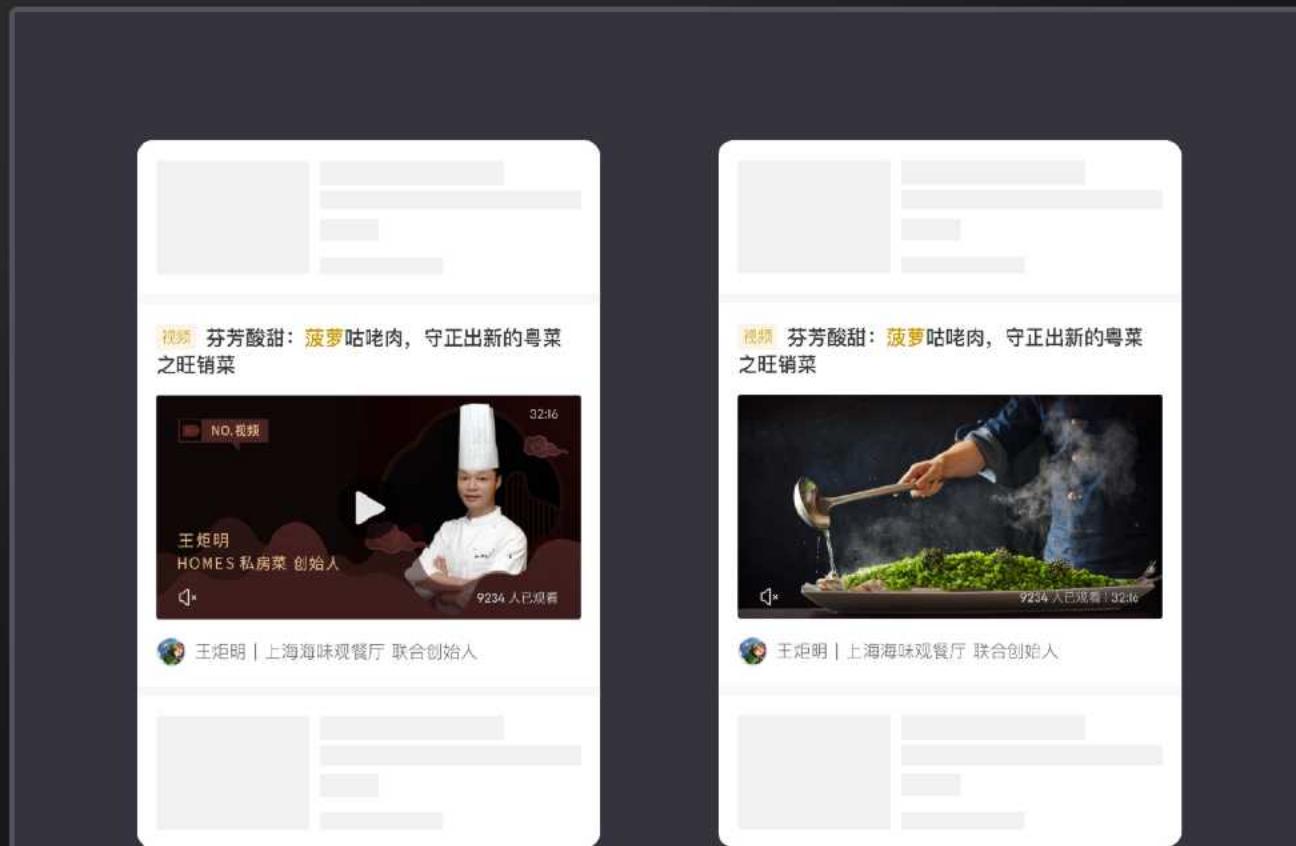
为养成用户视频垂直搜索的认知，整合信息内容，精简为5个TAB的五合框架，形成强聚焦，减少信息干扰，降低筛选成本；

交互侧

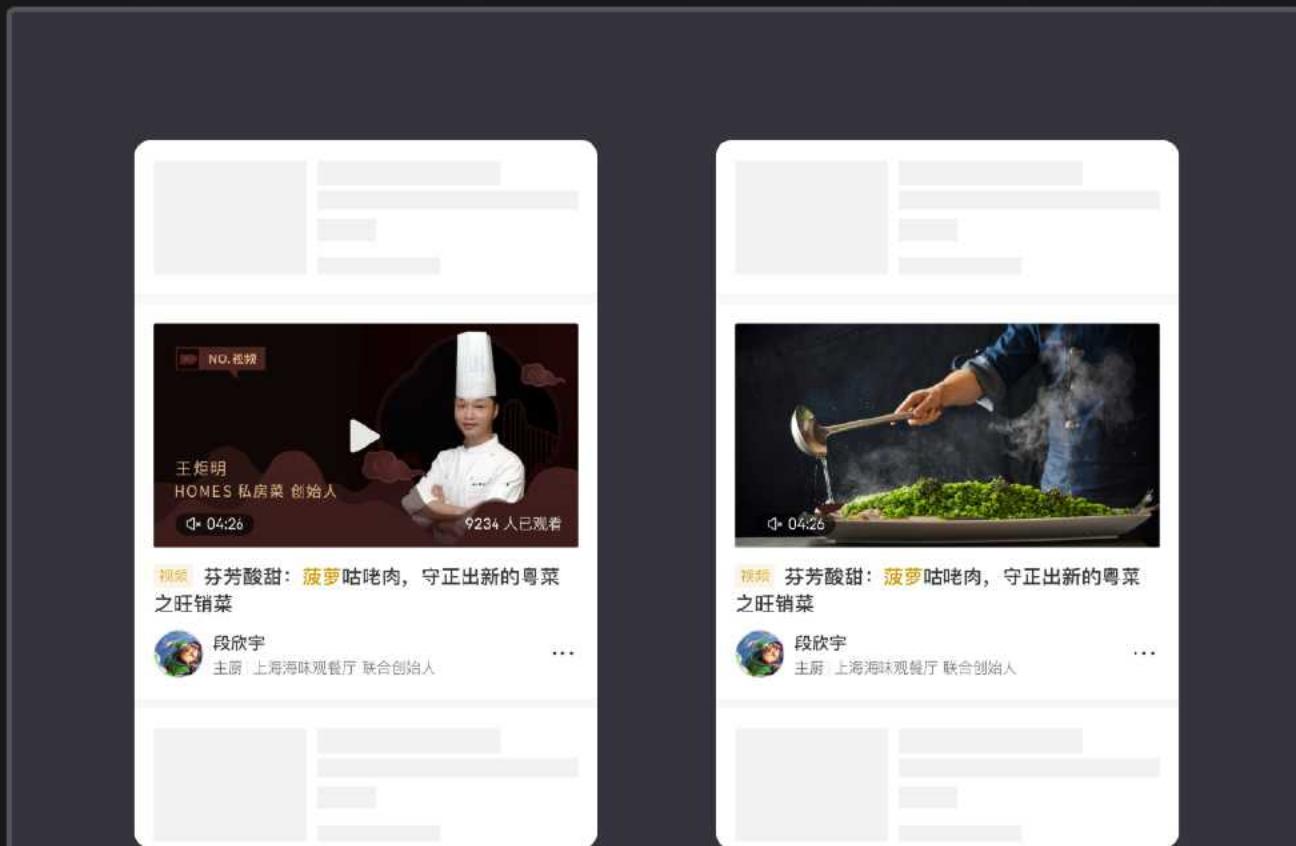
新增横划切TAB手势交互，用户在搜索结果页一滑，即可快速触达视频TAB。双管齐下降低用户视频搜索成本，养成名厨视频搜索认知。



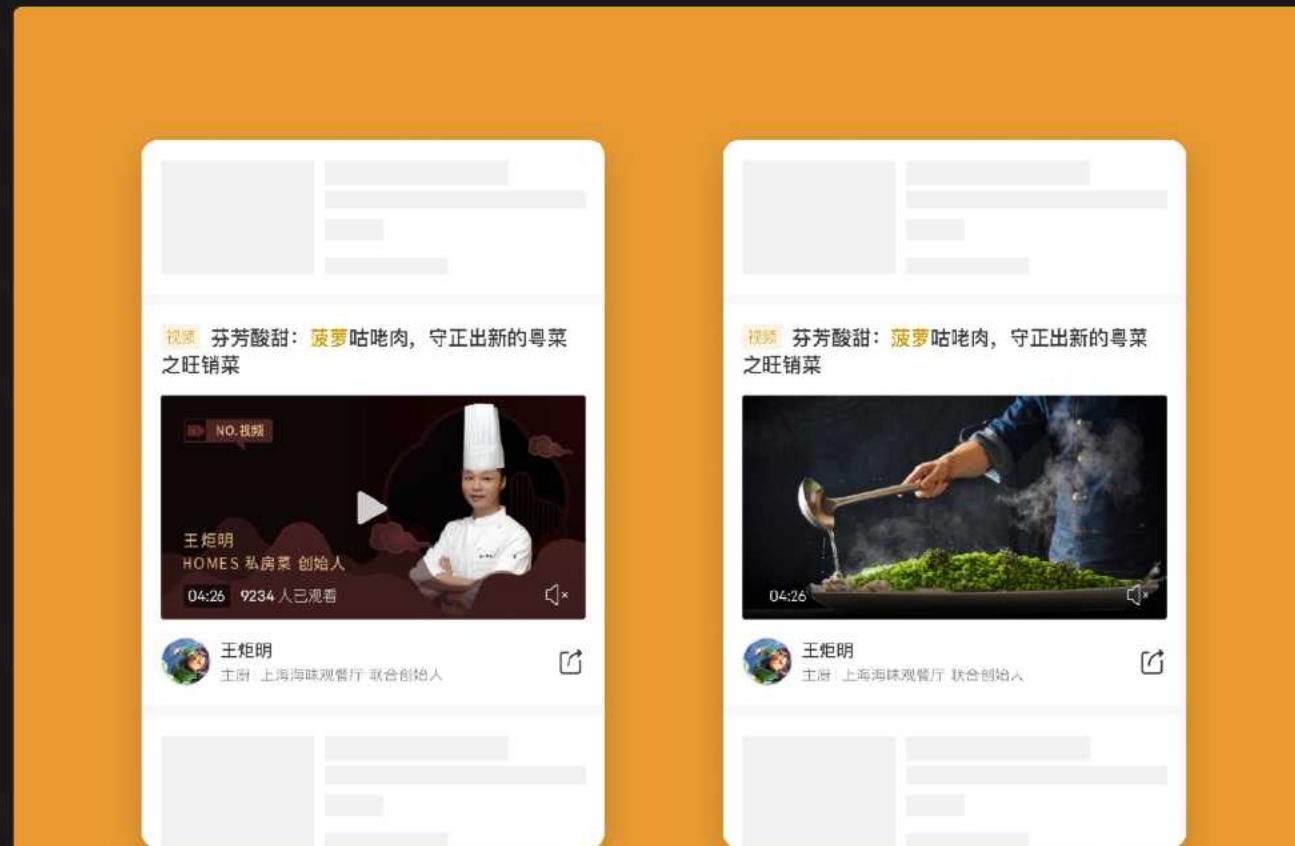
视频卡片信息布局方案



方案A



方案B



方案C



播放体验交互升级

用户观看视频的深入程度，划分为3个阶段，针对不同阶段匹配信息交互规则。最后增加信息精细化动效，规避卡顿感，保证视频播放流畅性。



播放5秒后



播放5秒后

沉浸消费



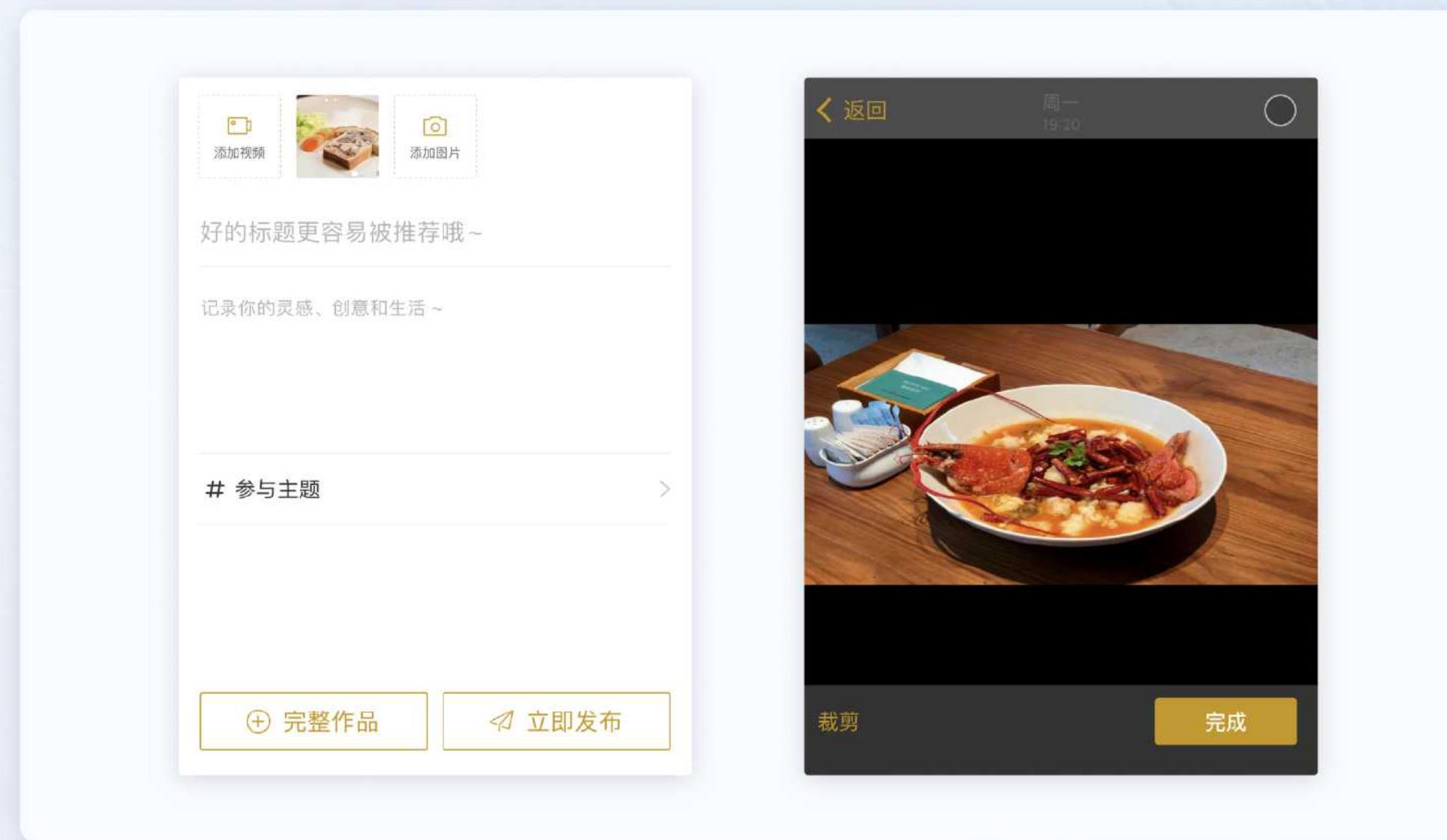
随着商业化进程的不断加快，名厨以社交为切入点，通过优质内容分享来引导电商交易，并吸引头部玩家不断发散社交需求、形成明星效应等手段，那么优化与内容相关的功能点也就成为提升产品可用性易用性的关键点。

平衡业务目标和体验目标的前提下，提高发布流程的效率，保证内容的发布质量和数量，在细节中抬高产品体验印象中怎么**提高其中的信息抽取效率和编辑效率**无疑是提高体验的重要步骤。



旧版问题和设计目标

旧版发布流程混乱、内容编辑中没有任何引导、图片编辑功能单一等。这次改版我们通过克制的设计手段，提高发布流程的效率。同时挖掘平台上现有能力，与其他业务形成互通，实现1+1大于2的业务价值。

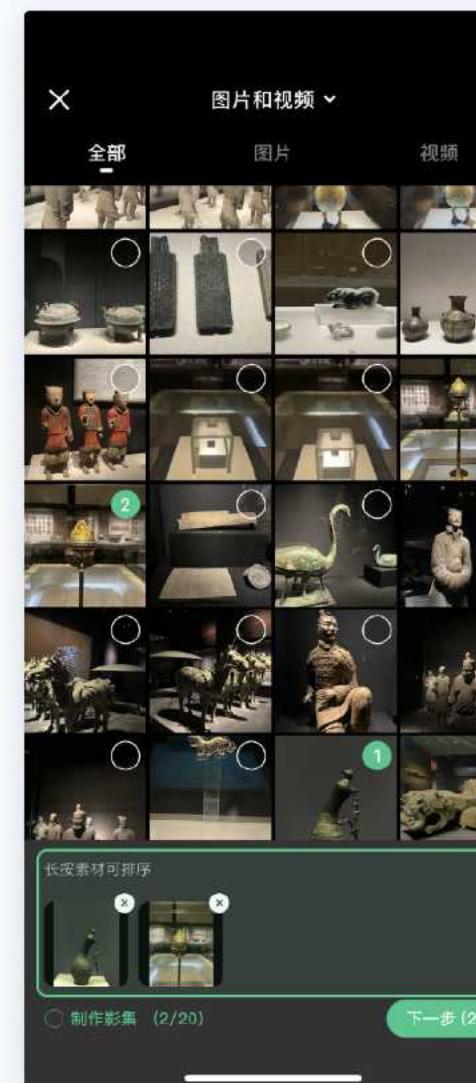


波士顿矩阵验证两个维度考量

从波士顿矩阵可以看到：相较于旧版提高发布效率可以缩短发布所使用的时间，满足了用户对发布体验的需求，同时内容的产生丰富了内容社区，也可以提高电商的转化率，对于公司战略价值较高。



我们以功能为导向把发布功能占极大权重的产品作为竞品，通过对竞品信息进行整理、归纳、推理，使信息转化为有价值结论；这次主要通过列举竞品的功能点，进行关键功能点分析，为功能改版提供发散点。



图片选择



编辑图片



编辑内容



精选动态

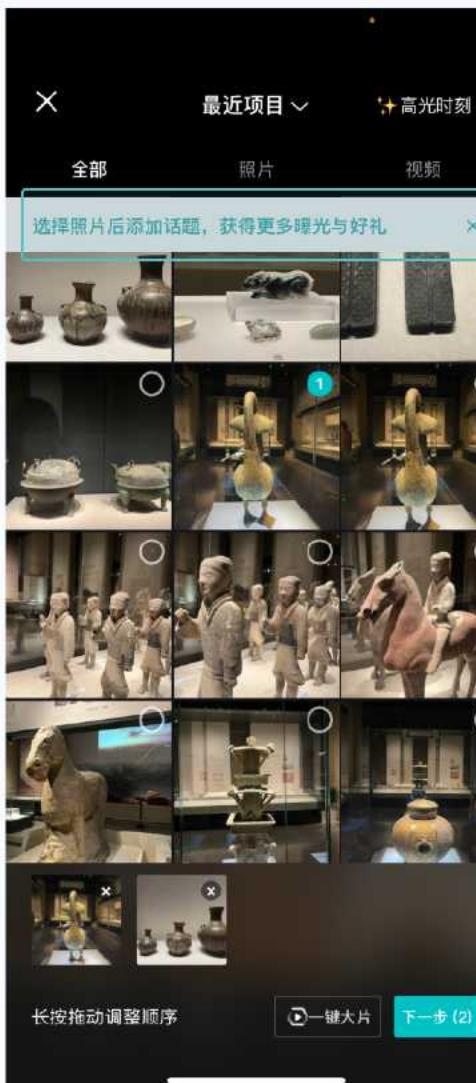


内容快捷入口

总结：竞品的关键功能交互中「精选动态」提供了优质内容的引导灵感，同时有内容快捷入口，具象化降低用户思考成本。

通过对得物的发布功能的基础了解后，对产品交互框架和产品易用性、提升效率、体验亮点的功能点进行分析。

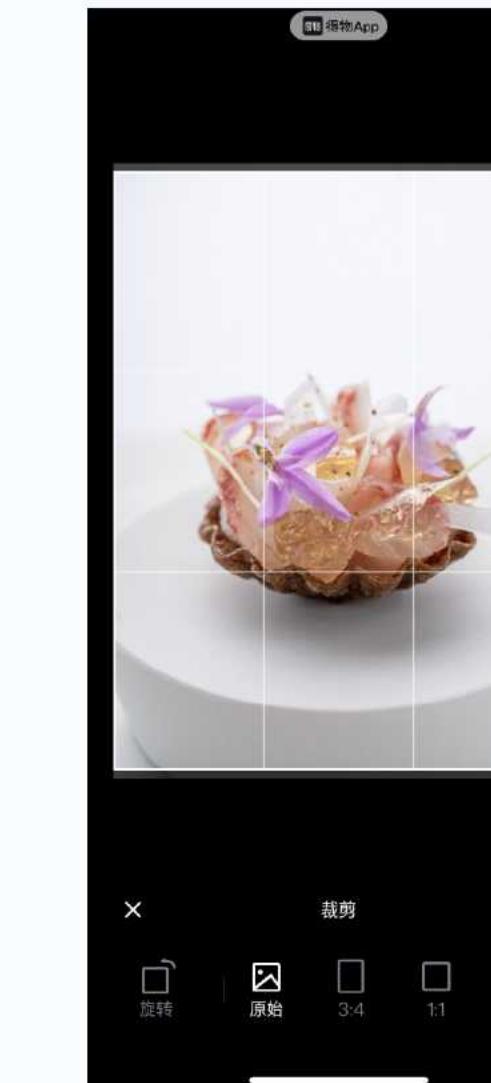
这次分析能够帮助我梳理场景中可能存在的问题，精准的找到用户的痛点，对产品优化更加有的放矢，提升用户体验。



图片选择



编辑图片



图片裁切



编辑内容



创作引导

总结：在「得物」图片选择中添加了运营奖励信息的引导，发布成功后跳转关注页面。

闲鱼的产品定位是一个全品类的二手交易社区，种类丰富；经营策略主要是进行闲置物品交易，同时体验、共享、租赁、分享闲置的日常消费习惯和生活方式。通过确定产品定位和挖掘产品策略的原因，分析闲鱼的交互方式和核心功能来审视自身产品和提炼结果如下：

图片选择

编辑图片

内容模版

话题选项外置

话题分类

总结：优化图片选择和编辑图片的步骤，同时增加「内容模版」具象化降低用户思考成本，快速高效引导用户创作内容。

2022

闲鱼

///

提炼策略和方案



提高信息提取和修改效率

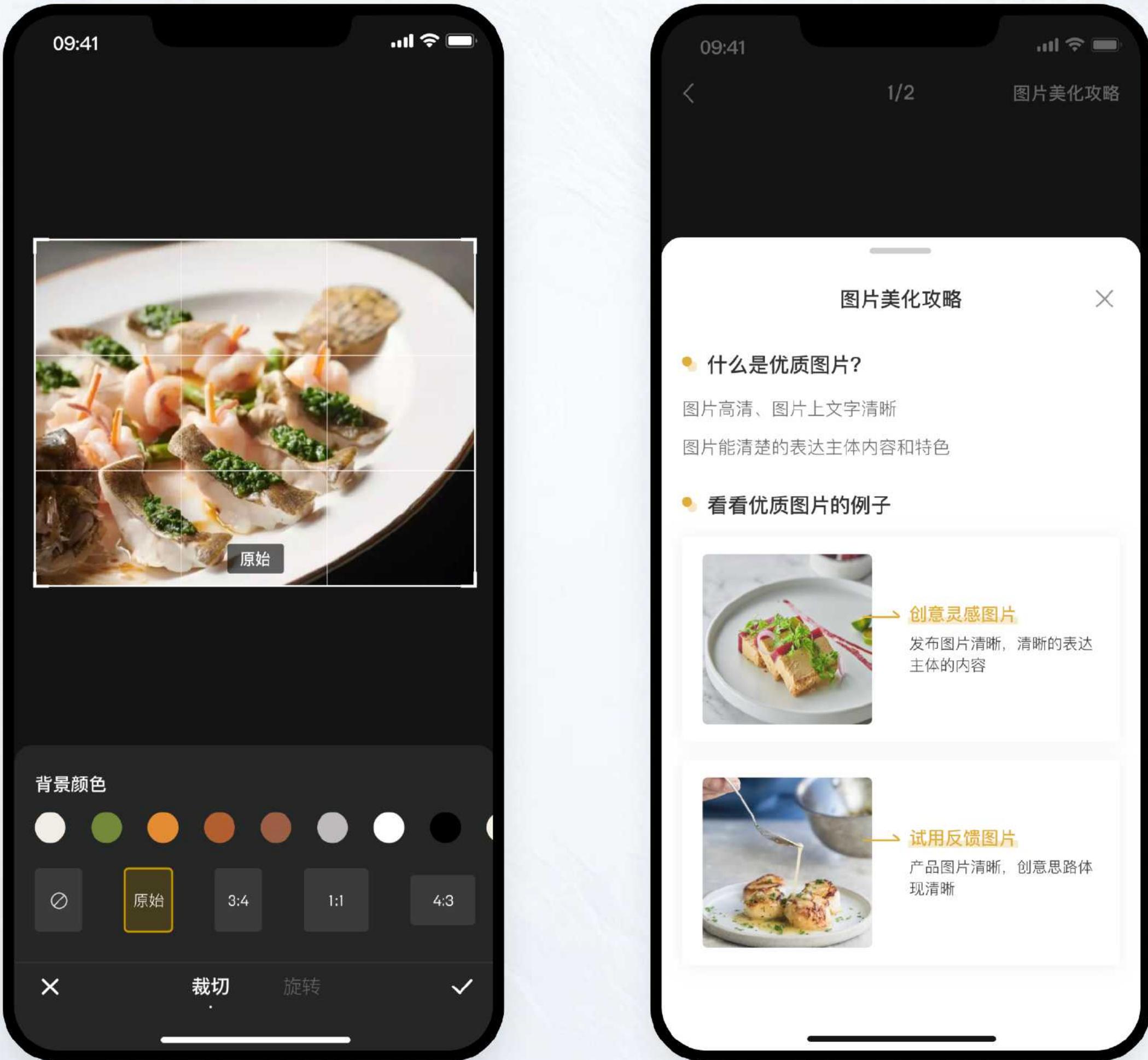
在这次新的改版中，我们在很多局部的细节增加新功能，进行效率优化；同时新增了运营活动提醒和图片数量提醒等；

照片选择状态视觉优化

最多可选六张图片，满足条件后未选图片置灰，不可选状态，底部选中图片可以左右滑动查看，进入编辑页可对每张照片进行编辑；



提炼策略和方案

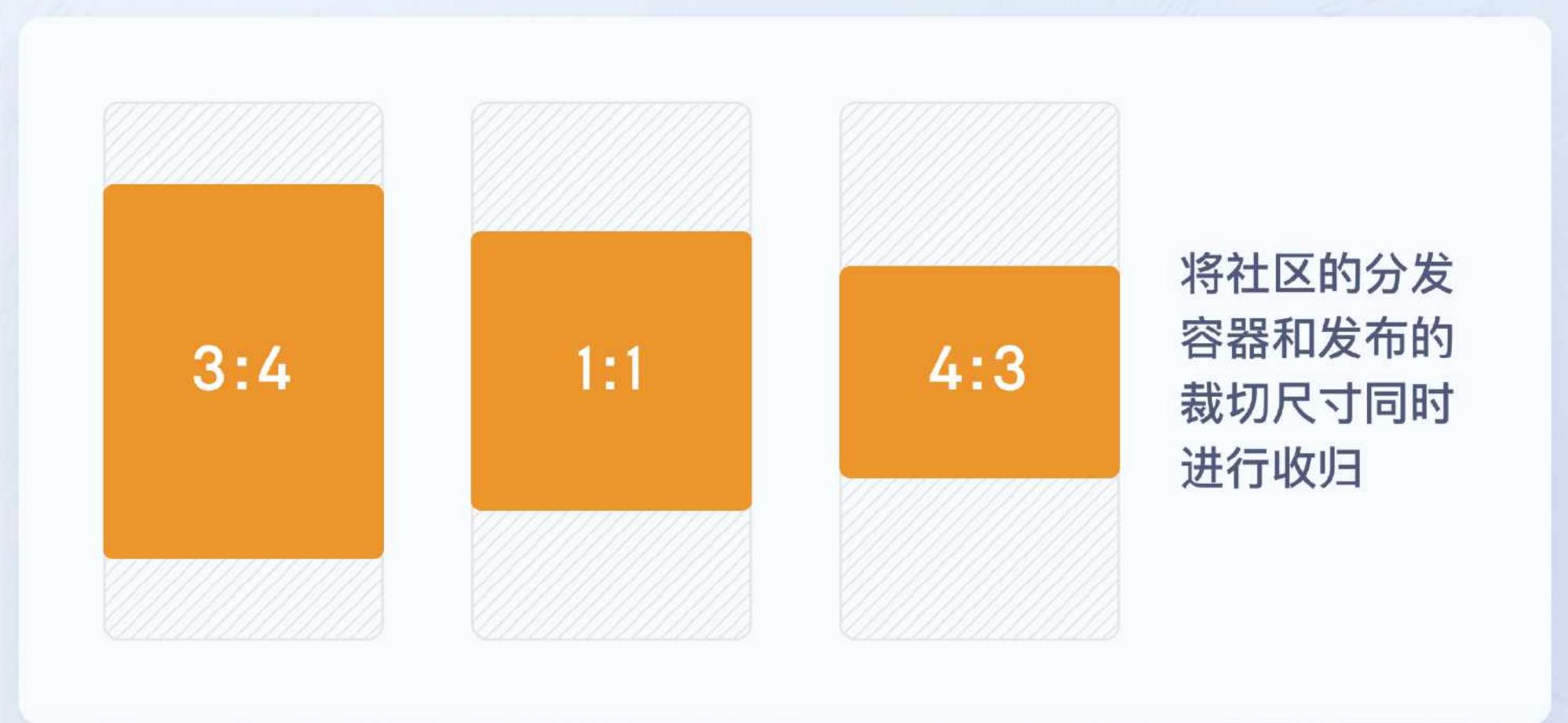


图片美化攻略

通过增加「图片美化功率」入口去引导用户，如何拍摄的优质图片；
同时在当前页面给出浮层展示新页面减少了页面的跳转；

图片不同裁切方案

不同的裁切方案导致显示位置不同，画面损失率高达42.8%；
最终确定的解决方案是发布器时图片裁切尺寸进行收归，在社区内容和详情
页中适配性较高，极大的减少率画面的损失率；



提炼策略和方案



在大部分的时候用户是不知道怎么提升自己内容的优质性，我们通过一些不同方法去投教用户，同时给用户提供更多的创作模版以及图文的讲解，更有效的引导用户产生优质内容。



交互上：默认展开创作模版，编辑文本或者选择任一模版后收起引导模版样式，只展示缩略标签入口更加提升文本编辑的屏幕使用效率；



项目复盘



项目总结

此次改版中可以拆解被复用的认知和知识点：

1. 波士顿矩阵论述必要性和优先级；
2. 认识做好竞品分析的每个功能点，是找到突破口的高效方法；
3. 提高发布信息提取和修改效率；
4. 将常用功能外置，减少跳转率，提高触达；
5. 优化交互体验，提供优质内容模版引导用户产生优质内容；

结果验收

此次改版迭代后，通过对新老版本进行了相关数据埋点数据曲线发现数据有明显提升；

社区内容优质率 26.7% ↑

通过新增数据埋点发现，用户在内容编辑页面中点击模版使用率较高；

内容发布效率 32.6% ↑

通过新旧数据对比，社区发布内容量有明显提升同时在编辑内容时退出率明显降低；

组件库搭建

根据团队所处阶段，申请多方资源、了解技术实现和跨部门评审，搭建了一套标准、高效和灵活的组件库；在Figma中搭建组件库后，我制定了一套说明文档，具体组件和使用方法和使用场景，方便设计师使用和跨部门同事之间的沟通效率；

The screenshot displays a Figma interface with several components and their configurations:

- 基本组合**: Shows a list of components with placeholder text "Content is here".
- 04 Paragraph**: Shows three examples of paragraph text with different styles and sizes.
- 颜色**: A color palette section for the brand MINGCHU, showing five color swatches labeled Brand-4 (常规), Brand-5 (点击), Brand-3 (特殊场景), Brand-2 (禁用), and Brand-1 (标签) with their corresponding hex codes (#C99700, #BF001, #C9A128, #E9D599, #FAF5E6).
- 品牌色**: A brief description of how brand colors reflect product identity and user interface efficiency.
- 中性色**: A section about neutral colors used for text, backgrounds, and borders.
- 字体**: A font section with placeholder text "字体是体系化界面设计中最基本的构成之一。" (Font is the most basic component of a systematic interface design.)
- 表单**: Examples of form fields with placeholder text, text labels, and error messages.
- 文本框**: A section describing single-line input fields.
- 阴影**: A section about shadows with low, medium, and high levels of elevation.

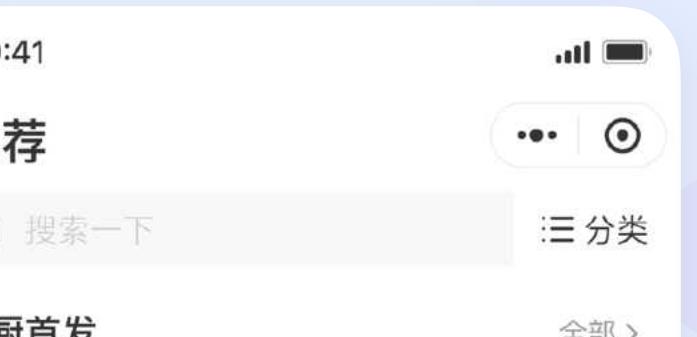
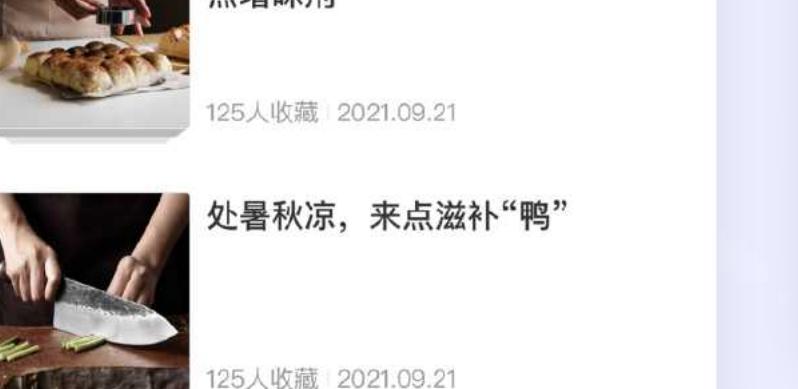
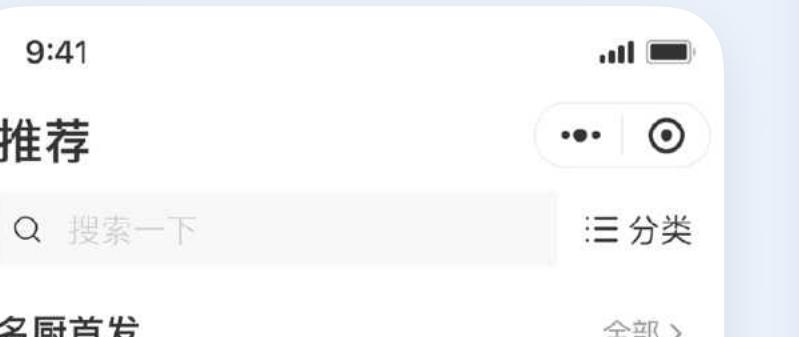
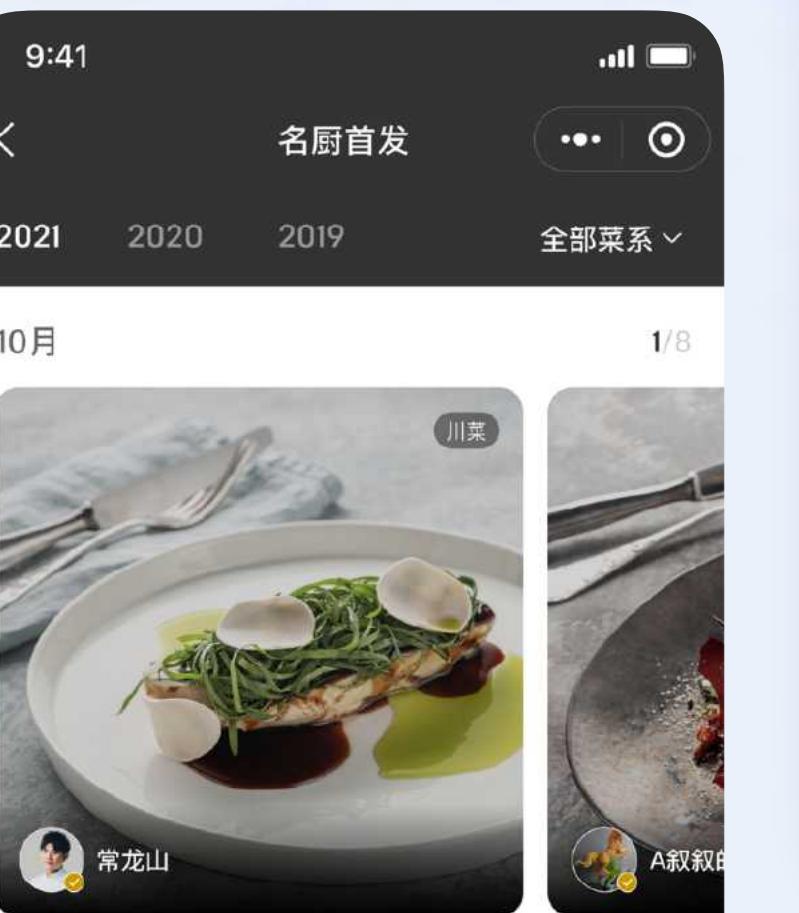
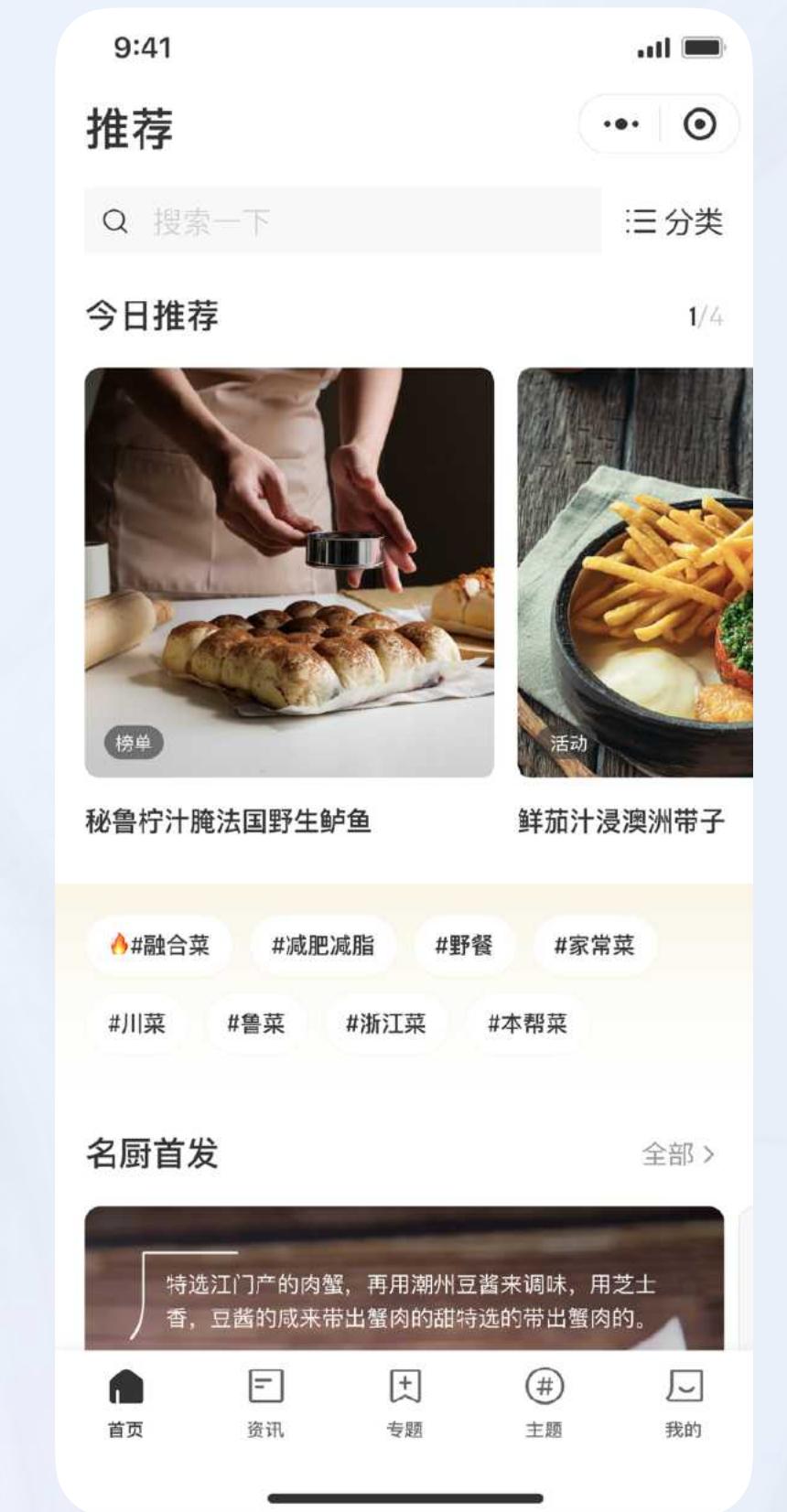
组建库搭建

根据团队所处阶段，申请多方资源、了解技术实现和跨部门评审，搭建了一套标准、高效和灵活的组件库；

在Figma中搭建组件库后，我制定了一套说明文档，具体组件和使用方法和使用场景，方便设计师使用和跨部门同事之间的沟通效率；

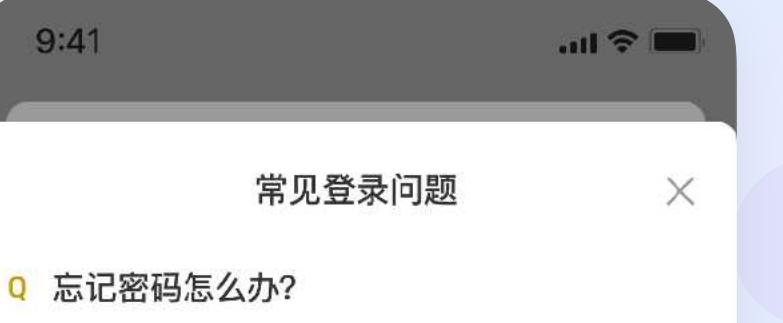
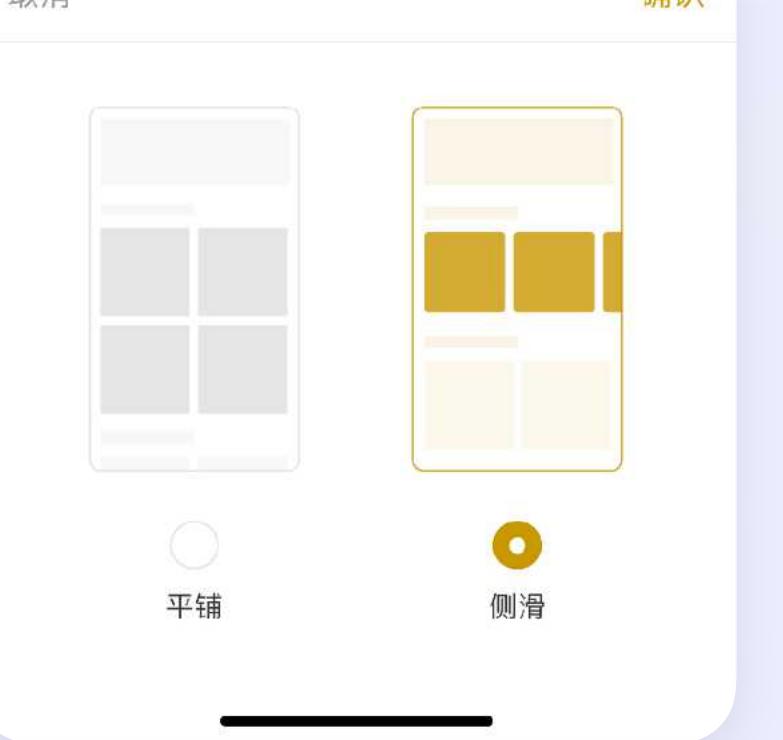
其他项目 名厨小程序改版

2022



其他项目 名厨改版迭代

2022



其他项目-网页

抽橙出行

抽一下 驾驶出行

推荐地点，即刻出发

拖动地图即可切换到适合上车的推荐地点，司机接驾更快，出行效率更高

立即下载

少些担心 多份安心

司机认证，百万保险，安全可靠。贴心服务，打车不排队，雨天不着急

吃喝玩乐行

安全有保障

高峰不调动

多样场景，一网打尽，更多优惠

司机认证，号码保护，综合保障

早晚通勤，极端天气，轻松出发

COMFORT 舒适型

提供更加舒适的环境，小资生活的出行体验，以快速的响应，实惠的价格，为大众提供更高效的服务

司 招募

平台更安全，时间更自由，月月收入轻松过万

操作更简单

海量订单，更低佣金，时间自由可控，收入可观丰厚

轻松高收入

奖励更丰富

活动多样不断，轻松接单拿奖，补贴奖励更大额

加入我们

ABOUT 关于抽橙出行

美好旅程 从相遇开始

抽橙出行，于2018年7月正式上线，并开始在成都杭州试点运行。网约车业务能够帮助用户便捷实现“吃喝玩乐行”。

秒走打车致力于帮助用户提升出行效率，创造美好生活，将打车与平台吃喝玩乐优势相结合的营销方式，一直是秒走打车深入探索的重点，秒走打车将持续打造生态，在“出行+消费”的场景串联上创造协同，为用户提供更好体验，为行业注入创新动力。

3秒 每3秒判断1次智能派单

10万+ 用户好评

25+ 开通城市

6万+ 司机人数



资讯

官方资讯，真实反映每时每刻

企业文化 COMPANY CULTURE

抽橙出行成立多元与包容联盟，打造平等尊重的企业文化

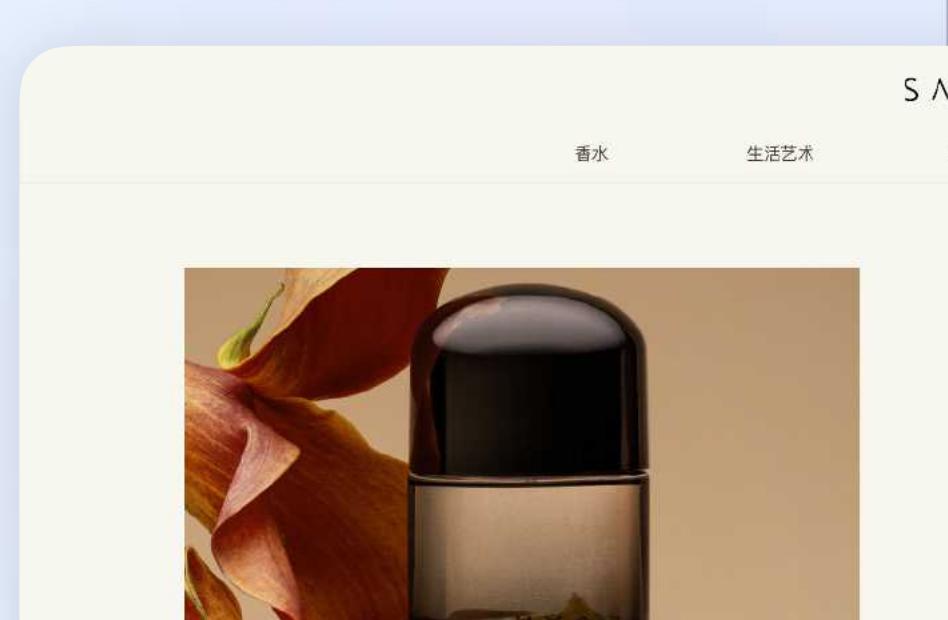
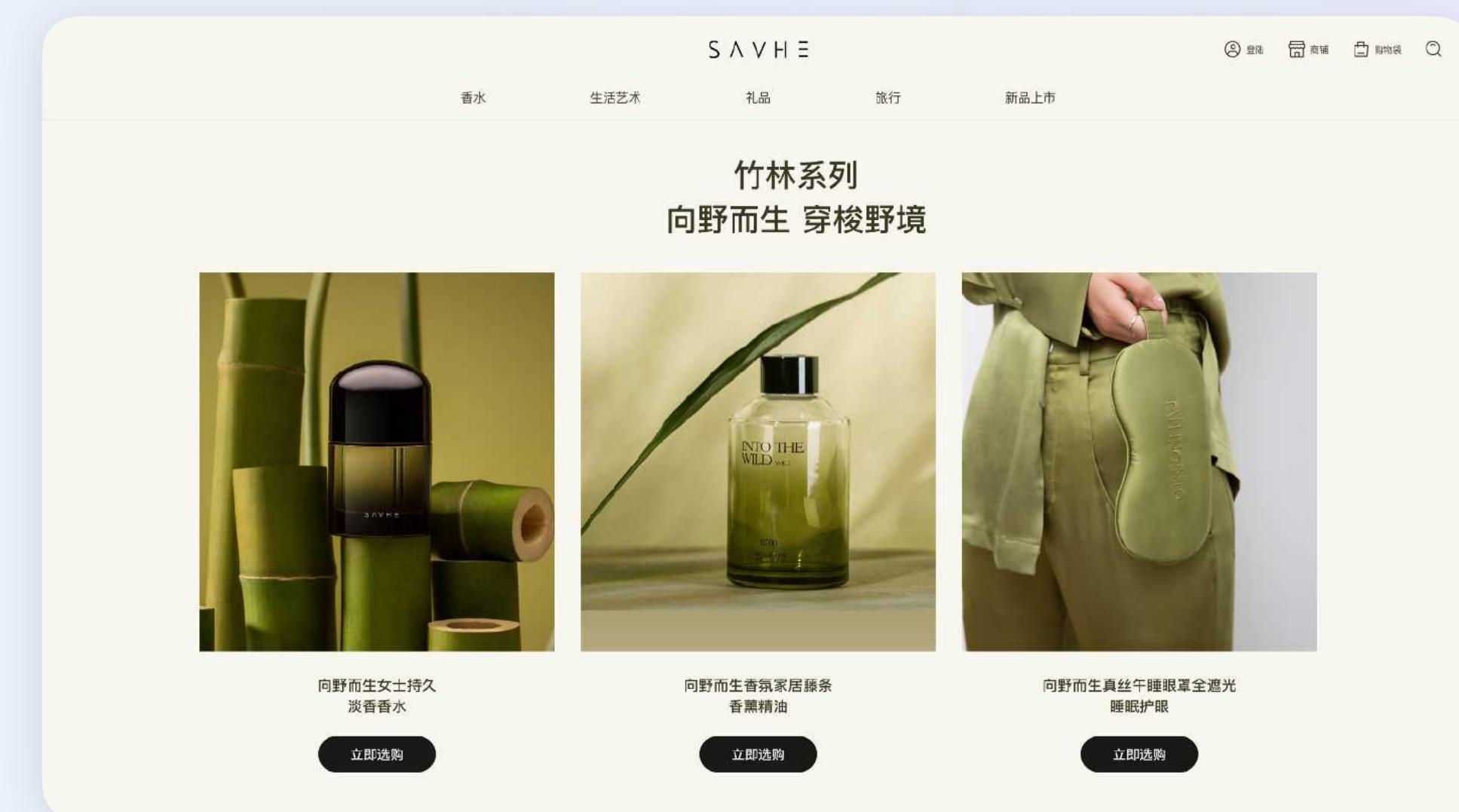
开发 DEVELP

抽橙出进无人

相关客

点击下方

其他项目-网页





COLLECTION | @日常活动 2022

SWEETS

SIGNATURE SWEETS
FOR MINGCHU

2022

ANNUAL
REVIEW

In 2022, I designed dessert packaging boxes and display details for Linglong restaurant in the Mingchu team.



推动团队分享设计周会

周会议程

现存问题

1. 缺乏交流。不利于提升设计质量。
2. 思维比较局限。如何帮助团队克服自身认知的局限，实现突破性成长？
3. 团队凝聚力和活力有待提升。

体验要素

参与度高：都有机会发声锻炼自己。
可预见的产出，可控的投入：对产出价值有一定把握，希望它有助于工作。另外需要控制时间，不要投入过多精力。

周会内容

1. 同步最近重要项目，分享经验；
2. 分享最新设计资源，或是设计思维；
3. 专业上有较为深度的主题讨论，同时锻炼大家的沟通能力、问题拆解能力。

结果复盘

历时4个月同步、讨论工作 16 项问题；
分享设计咨询/方法/资源 61 条；
主题讨论 5 个：并在短时间内对这些话题有了较深的了解和讨论；

25 min: 重要事项/问题讨论

回顾每人本周工作进展，同步重要事宜，讨论相关问题

5 min: 设计资讯/资源/方法分享

分享最近了解的实际相关信息，内容不限（每人最多分享3条）

45 min: 主题讨论 ★★☆

话题、形式不限、舞台交给大家！

5 min: 总结

确定要采取的具体行动，明确下周开会要讨论的主题

Thanks

Tel/Wechat

13121307622

E-mail

13121307622@163.com



添加微信好友