

体验设计7日谈之一：关于软件的体验设计

Notebook: rockiina 的笔记本

Created: 2015-04-20 4:21 PM

URL: <http://www.infoq.com/cn/articles/xzc-experience-design-software>

体验设计7日谈之一：关于软件的体验设计

作者 [熊子川](#) 发布于 2011年6月27日 / [讨论](#)

【编者按】Experience Design不同于传统意义上的前端UX设计和交互设计，在编者看来，更像是希望从用户心理和行为分析上入手，配以新鲜更具互动性的辅助手段，来设计下一代的软件。InfoQ特地邀请到ThoughtWorks中国公司的XD Lead熊子川，开辟Experience Design专栏，为读者带来一场体验设计的盛宴。

我们今天谈的是什么？

我们今天谈的是关于软件的体验设计。

为什么体验设计会成为一个话题？

原来我们谈体验设计的时候，都把它当成产品设计领域中的一个话题，比如说怎样设计一个好的椅子，或者一个令人愉快的榨汁机，但较少在软件领域谈这个问题。原因是，当你爱一把椅子的时候，你会欣赏它和你的腰线完美贴和，那这里的交互是更加基于物理世界的感官；而在软件世界里，软件更像是另一个平行世界的入口，这种感官很难和椅子相提并论，它更加抽象和难以衡量——这也是为什么我们倾向把产品设计当成一种艺术，而软件设计当成一种科学。

但事情在发生变化——各种移动终端的使用让我们不再需要一台计算机来完成和软件的交互，发生交互的场景变得复杂多变，和日常生活融为一体，同时交互本身充满现实世界的隐喻，也参杂着前所未有的现实世界的体验：手指触感或者震动。这让线上或下的边界变得异常模糊——那个曾经隐藏在1和0世界里的软件，开始变成稀松平常之物。



就像当我们每次打开手机应用查询好吃的餐馆时，如果我们开始习惯这样的动作，而不去多想：好吧，让我使用一个手机软件来查询好吃的餐馆；就像我们要坐下时不会暗忖：好吧，让我来坐到这把椅子上。正是因为软件交互越来越深深植入我们的生活而成为一种习惯，才使得我们对优秀软件的定义除了功能上的完备，还体现在对人们使用习惯的完美映射，让人不加思索。

这就是我为什么要谈它的原因，那些被产品设计广泛使用的体验设计实践，是不是也可以被，或者应该被软件设计者们所了解，理解精髓并加以应用，设计出更优秀的软件产品，就像那经典木椅的设计师，不单单考虑木椅是否牢固可靠，还去通过了解使用者使用的环境，巧妙设计，将功能和设计融入使用环境。

你的意思是用产品设计的方法去设计软件，那这和交互设计有什么不同？

当我们设计椅子的时候，我们考虑的不单单是椅背的弧度、骨架的强度、是否有把手、需要什么样的材质、接口处的契合等等，一款优异的产品设计更要考虑，谁在用这把椅子，他会不会使用这把椅子进行阅读，他所处的环境是否干燥，他放置这把椅子的地点在哪里，他有没有孩子，他是不是热爱古典音乐，他是不是有块可以让他覆身小憩的毛毯等等，这样的碎片，还原出一个完整的情境，当消费者体察到产品背后的语言，并发现这与他的心境如此契合，这就是一把令人着迷的椅子。

而这，就是交互设计和体验设计的区别——交互设计的目标是一把功能上完全符合标准的椅子，而体验设计的目标是一把令人依赖的椅子。我想你一定知道软件的三重境界：**Useful - Usable - Desirable**，而当我在谈体验设计时，我更多关注的是**Desirable**，而交互设计关注的是前两者——一把很难折断的椅子。

我们谈交互设计时好像也在谈这些东西，比如说目标人群定位，用户访谈，原型设计等等，这个跟你说的体验设计好像类似？

一定有优秀的实践者像对待艺术品一样对待软件设计，但就大部分从业者而言，你说的这些东西只是因为做而做，并没有找到其中关键的核心价值进行串联，很多时候这只是让客户感觉安全的方法而已，能反映到设计上的东西，其实并不多。

软件领域里面，交互设计团队往往和交付团队区分开，大部分企业也都习惯采取代理的方式（**Agency Model**）。前期交互设计团队传递给交付团队的，是一些**PSD**图片、用户访问结果、设计理念文档、原型设计等。这里的问题是，交付团队得到的只是一份计划好的功能列表。

你也知道，那些看起来很美的**PSD**图片是很容易让客户买单的，你也可以很容易找到“谁也不知道用户要什么，所以我们给他们多一点，让他们自己选择”的借口，加上软件上线交付时间普遍较长，上线之后缺少用户，你也可以说一年前的设计不满足现在的需求，并不代表一年前的设计是错的。

因为这些原因，我们倾向于臆想用户的需求，加上一个看起来很美好的外壳，结果是，这个市面上有太多质量低下的软件，盲目堆砌的功能，模糊的市场定位，最后伤害的都是那个为“看起来很美好”买单的客户。

所以说，这和很多人在做的不一样，这里提的设计方法是关联的，有共同目标的，也是接受变化的。

到底怎么个不一样法？你确定这不是个噱头吗？

举一个身边的例子，我们曾经有一个财务领域的客户，我们并没有像传统方式那样和客户代表进行所谓需求调研会议，而是花更多的时间融入他们的工作场景，对他们的工作行为进行观察，注意，绝对不是所谓的问卷调查，事实上，我们不进行任何的问卷调查。

我们发现了几样有意思的事情，比如他们喜欢把显示器竖起来，两个显示器拼在一起；此外他们也喜欢用不同颜色的贴纸标签在厚厚的各种文件夹中设置书签；他们对电子表格的热爱超乎想象等等。

这样的观察应该在不知情的情况下被我们敏锐地察觉，并展现在软件的设计当中，比如竖置的显示器代表着他们不喜欢分页，或者尽可能长的列表；我们也会收集他们对标签颜色的理解，尽量设计一套符合他们情境的色彩编码。

这就是体验设计与交互设计的根本区别。体验设计更多地关注情境（**Context**）而非仅仅关注如何使用。体验设计认为，只有情境正确才能导致人真正成为用户，而交互设计中已经做了一个危险的假设——你会

成为我的用户——而往往这种假设不成立。

你说的情境指什么？

情境是体验设计的核心部分，因为了解情境才能设计出一个不被人体察、自然而然的体验（好的体验总是在不知不觉中，只有坏的体验才总是让你抱怨）。就像之前说的例子，如果我们不去细致地观察使用者的行为，了解他们工作的情境，便无法设计出一些很巧妙的细节，让他们觉得“我也说不出来有什么道理，我只是觉得用起来舒服”。

这里的情境分为外在情境和内在情境，外在情境指的是消费者外在环境的描述，以及他们以往如何和外在环境进行信息处理（软件大部分情况还是信息处理）；内在情境指的是消费者内在心理的描述，包括对他们社会地位、心智模型的理解。只有充分了解了二者，才能充分建造出一个更加真实的环境，并在其中进行设计。

这样的方法类似于刑侦中还原嫌疑人的碎片分析——把关于嫌疑人的各种不相关信息拼凑出来去寻找相互关系来推断其在特定环境下的行为。也就是说，我们对消费者的情境还原得越真实，越能够设计出最符合消费者使用的应用。

你曾说过这里面的实践都是关联的？那么它是如何成为一个统一的系统的？

如果你对设计领域的Design Thinking有所了解，你会发现，这种思维框架对于体验设计的影响非常大。Design Thinking的理念可以这样描述：寻找一个移情（Empathy）的对象，变成他，描述他现在的完整的相关体验，找到那些可以让他的体验更好的地方，寻找灵感，设计解决方案，制作原型，让他测试，调优和不停修正，寻找下一个让他体验更好的地方。

为了让你更加清楚这个系统的过程，让我们来假设一个迷你项目，看看体验设计的方式是如何进行运作的。

第一幕：客户说，我们是一家高端的白领医疗保健机构，客户都是对健康有需求的高端白领，你们能不能帮我们设计一个客户管理系统，让我们更好的管理我们的客户？

说实话，对付带着解决方案而来的客户，最简单的办法就是给他的方案进行扩充，添加各种形容词和新概念，比如他要“客户管理系统”，你就可以给他个“物联无限——智能贴身客户管理云平台”的标题，再加个看起来很美好的外壳，比如流行的iOS风。当然我们要说的不是这个。

第二幕：在我们提出“系统”二字前，让我们先了解你们的客户。

然后我们发现，很多客户都是那些在30到32岁之间的职业女性，为了更好的了解她们，我们想了很多办法与她们交流，试图用更加亲切的手段了解她们的故事，在收集了许多“碎片”之后，我们可以很容易地去制造出一个丰满的使用者角色（Persona）。

第三幕：我们使用移情的方法，去想象作为这样一个使用者，当她对健康方面有诉求的时候，她会做什么，如果目标是让自己保持健康，每天是不是有一个明确的途径（Journey）去支持她达到这个目标。

这就是Design Thinking中说的，在某个特定Journey中寻找可以提升体验的地方。



第四幕：我们发现她们会在网上寻找健康食谱，特别是那些想在一年里做妈妈的客户，她们想在这一年里身体方面有一个很好的保护，却又无法放弃自己的工作，她们似乎需要更好的专业帮助。

这就是通过移情来寻找诉求，也许这样的诉求需要进行更多的市场调查进行验证，但这本身是可完成的。

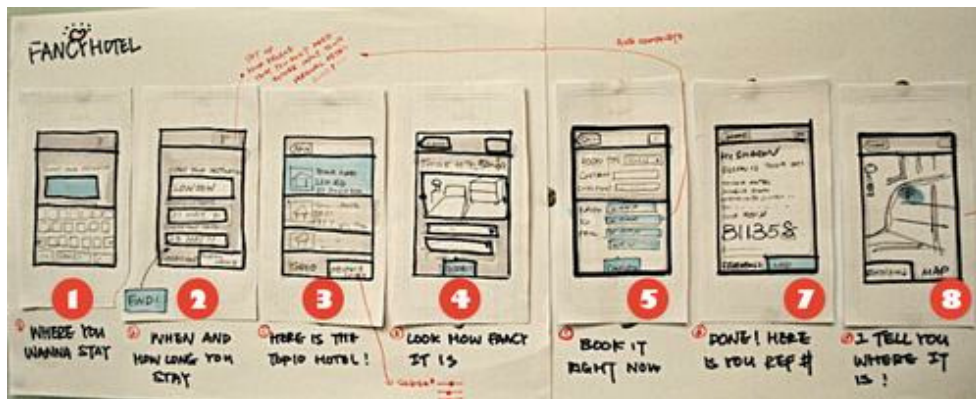
第五幕：我们和客户一起思考，怎么能够给她们更好的孕前专业营养帮助呢？我们设计出不同的解决方案，比如说：每日的营养餐推荐，通过某种形式发送给保姆、家人或者自己，帮助自己完成每天的营养摄入人物；定期身体检查的提醒；以及合作机构SPA的优惠推荐等等。

这些设计出来的方案都可以变成IT化的解决方案。同时我们也帮助客户一起思考未来这个业务模式可以发展到什么程度，这也是基于这个Persona的体验，当她有了小孩，我们也可以做针对坐月子的母亲，以及婴儿的营养建议等进行专业的贴身服务，这就是体验设计的优势——商业模式的设计来自于消费者体验。

第六幕：根据我们的设计，由客户挑选出合理的优先级，请注意，这里的优先级就比挑选功能优先级清楚明白得多——如果我们问客户：对于客户管理和短信分发器两种功能那种优先级更高？客户的回答往往是两个都重要。但如果根据体验来排优先级，这对于客户来说是直观的，这就是问，因为功能一和功能二我们会给消费者带来什么体验，在这些体验中哪些是我们可以得到更多消费者满意度的，那么对应功能的优先级就会一目了然。

接下来我们就可以根据优先级，进入更细节的原型设计了。

第七幕：我们的原型设计会尽量模拟消费者使用的真实场景，现有的各种技术已经能够支持完全模拟真实产品交互的原型制作。与之同时进行的是定期的用户测试，不停进行调优和再测试，为的是在更早时候发现设计的问题。值得提的一点，如果你采用的是敏捷开发方法，在第一次原型测试之后，你的开发工作就已经开始了。



从这整整七幕你可以看到，从最开始的“客户管理系统”，到最后完全不同的设计理念，体验设计的方法绝对不是简单的IT解决方案设计，它更包含了对消费者的理解，进而上升到商业模式设计的高度，只有可行的技术、合理的商业模式、以及优秀的消费者体验三者完美结合，才是IT对于商业运营最重要的责任。

你说的都很美好，可是我们的客户把我们当成合作厂商，我们还要跟那些低价的厂商进行竞争，为了利益，我们只能够给客户提出的解决方案加个漂亮的标题和外壳在最短时间里上线，你这些真是有些高屋建瓴。

这就是合作伙伴（Partnership）和承包商（Vendor）的区别。我知道真正执行必然遇到阻力，但是了解那些优秀的实践，并不是一件坏事。也许这样的实践可以在潜移默化中引导客户开始对消费者进行关注，与其花很少的钱用一年的时间做一个失败的项目，为何不花较多的钱做一个成功率更高的项目。

当然这些都需要你我这样的从业者共同努力去营造，让客户认识到IT应该是业务最好的伙伴，而不应该只是一个无限抽象的商业策略框架（我知道什么事情上升到地球层次都是对的）下的一个小执行层面。

也许多了解一些没有坏处？

是的，如果软件行业的每一个人都能够认识到IT项目的核心在于消费者价值、商业价值、以及技术成本的统一，IT项目的失败率就不会如此之高，无用特性的比例也会大大降低。IT是伙伴，不是工具，我们对客户而言也应该是伙伴，了解多一些也许会让你成为更好的伙伴。

在接下来的若干系列里，我会向你描述体验设计中的各种实践。

谢谢，期待。

关于作者

熊子川，ThoughtWorks咨询师，他关注商业模式、体验设计、以及软件交付，同时是中国推广敏捷方法的社区参与者。作为商业分析师一直工作在客户现场，致力于利用优秀的软件体验设计，帮助客户实现最大商业价值，也是多个敏捷咨询项目的直接参与者。他的博客是：www.tuzei8.com。

感谢[张凯峰](#)对本文的审校。

给InfoQ中文站投稿或者参与内容翻译工作，请邮件至editors@cn.infoq.com。也欢迎大家加入到[InfoQ中文站用户讨论组](#)中与我们的编辑和其他读者朋友交流。

高危漏洞频发，隐私泄露，普通开发者该如何避免和防范？开发者如何从逻辑上避免风险？在【QCon北京2015】“[新时代的安全](#)”专题中，在Pwn2Own 2015上夺冠的Keen Team安全研究员Peter Hlavaty将解读内核安全精髓；阿里巴巴安全专家祝建跃将分享互联网全球最大DDoS攻击防御实战。[查看详情](#)。