

3.0 NEW VERSION

动人心事， 记此间

双生日记重设计

App Redesign



写真心，
更能交心。

「双生日记」是一款为满足年轻人记录生活的图文日记软件，并能记录和分析情绪、匹配对象以交换日记。

图文记录

Text + Image

情绪分析

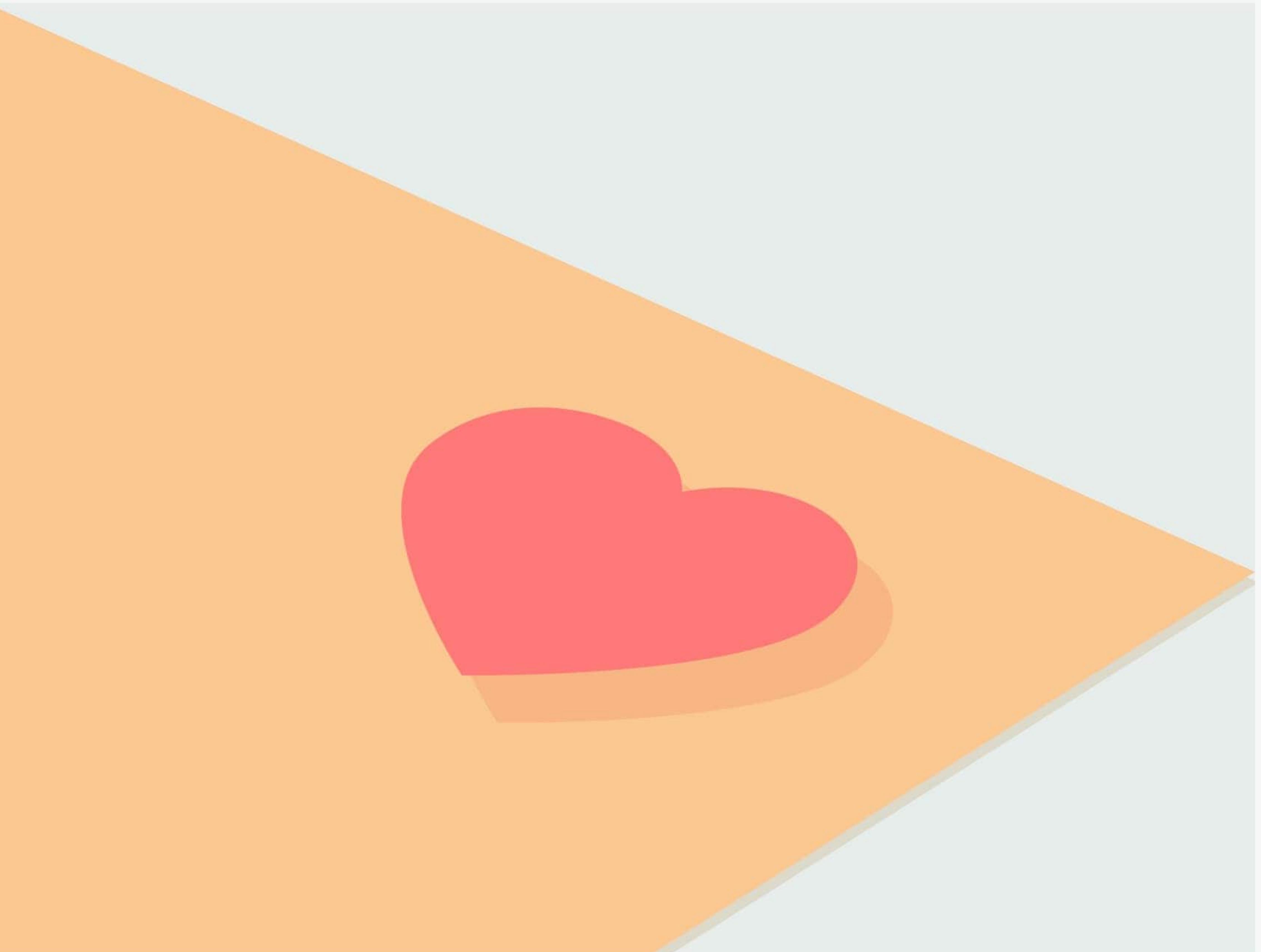
Sentiment Analysis

树洞广场

Anonymous Moment

交换日记

Exchange Diary



无端端改版， 点解啊？

发布至今，许多体验和盈利问题也随之暴露出来。

现状分析

01

基本型需求没有做好。

02

视觉落后且混乱。

03

付费率低，入口深。

需求分析

01

业务需求：提升盈利 / 用户体验 / 品牌形象。

02

用户需求：150+ 用户反馈，提高体验呼声较高。

竞争对手， 做的如何？

目的：了解竞品，取长补短，以提升产品体验。

因为「基本型」需求没有做好，所以它将是交互分析的重点。

日记类型的「基本型」需求是：

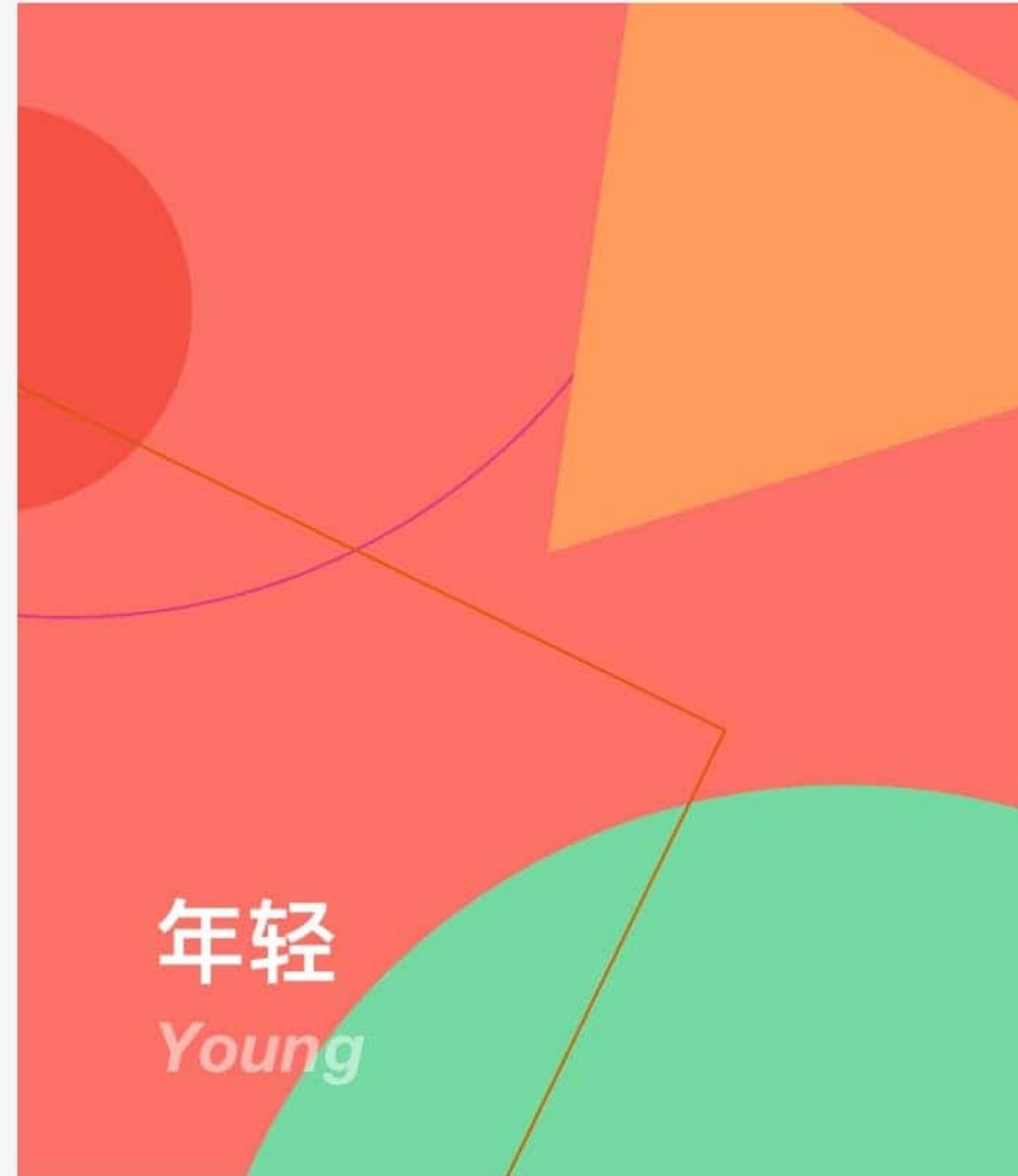
1. 写日记
2. 看日记

● 较好 ● 中等 ● 稍差
✓ 有 ● 无

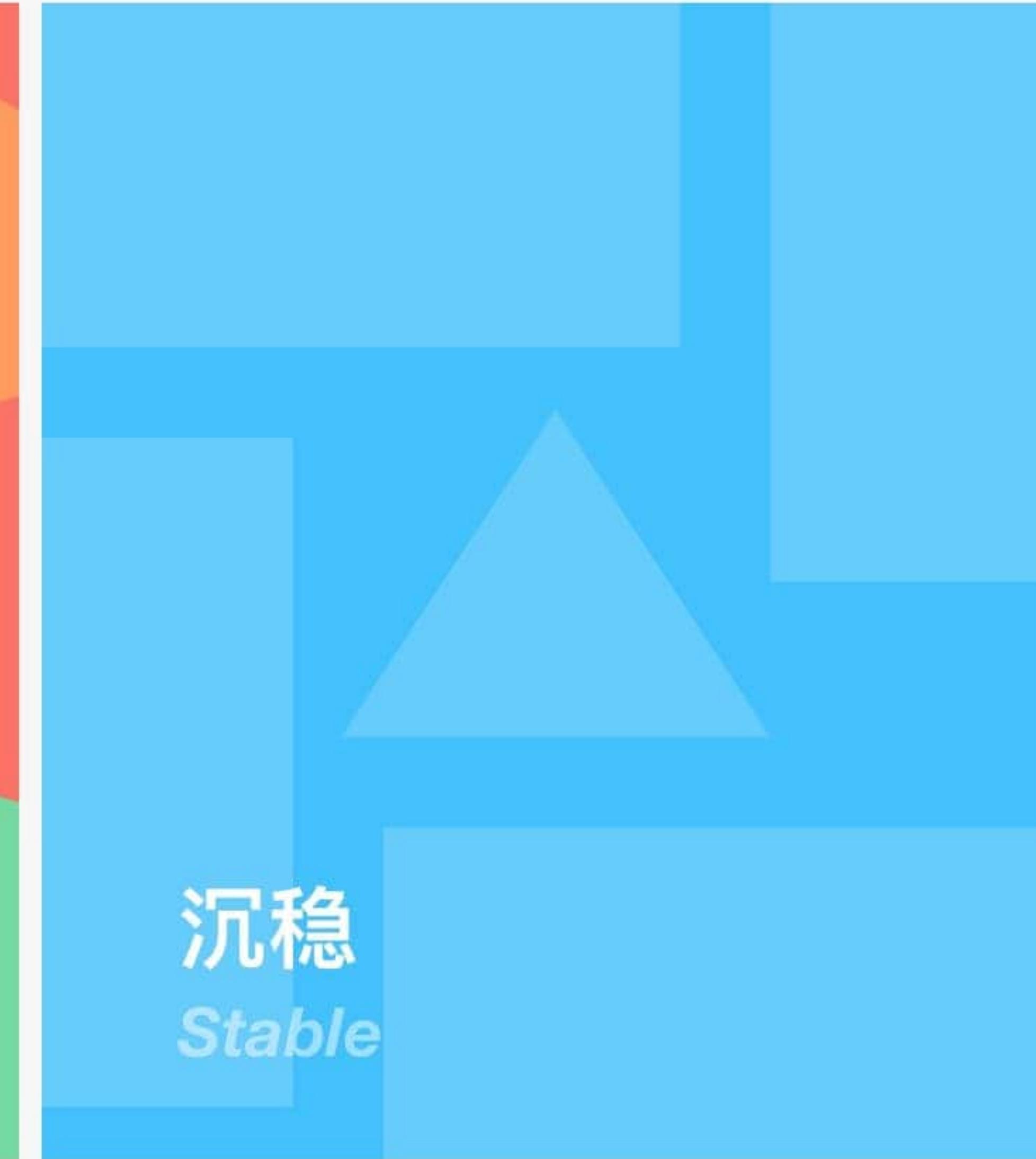
交互与功能对比

	格志日记	卡片日记	Dayone	Daylio
入口数量	●	●	●	●
便捷程度	●	●	●	●
书写体验	●	●	●	●
样式种类	●	●	●	●
日记类型的「基本型」需求：				
1. 写日记	✓	✓	✓	✓
2. 看日记	✓	✓	✓	✓
列表	✓	✓	✓	✓
日历	✓	✓	✓	✓
日记本	✓	✓	✓	●
按类别	✓	✓	✓	●
统计	✓	●	●	✓

视觉表现



格志日记 | 卡片日记



Dayone

盈利方式



订阅制

竞品使用订阅制，分为年订阅和月订阅。每家价格差距较大。
Dayone>Daylio>格志>卡片。



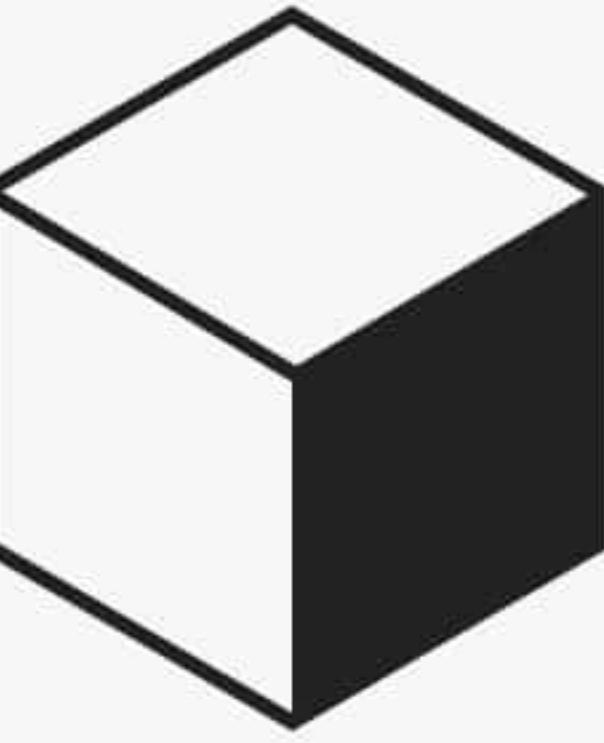
期望型需求

高级功能中，日记备份是重点功能。同时还有样式、容量、内容形式、密码是大家都关注的。

*Daylio 视觉过于落后，故被排除。

有目标， 才有追求。

明确的设计目标有利于设计改版的顺利推进。基于自检和竞品分析，我们确定了三个设计目标。



交互和结构优化

优化软件结构和页面布局，
缩短操作路径，
提升基本型和期待型需求体验。

GOAL 01
45%



升级视觉

界面规范统一，
树立更年轻、美观的形象，
提升产品的趣味性。

GOAL 02
45%

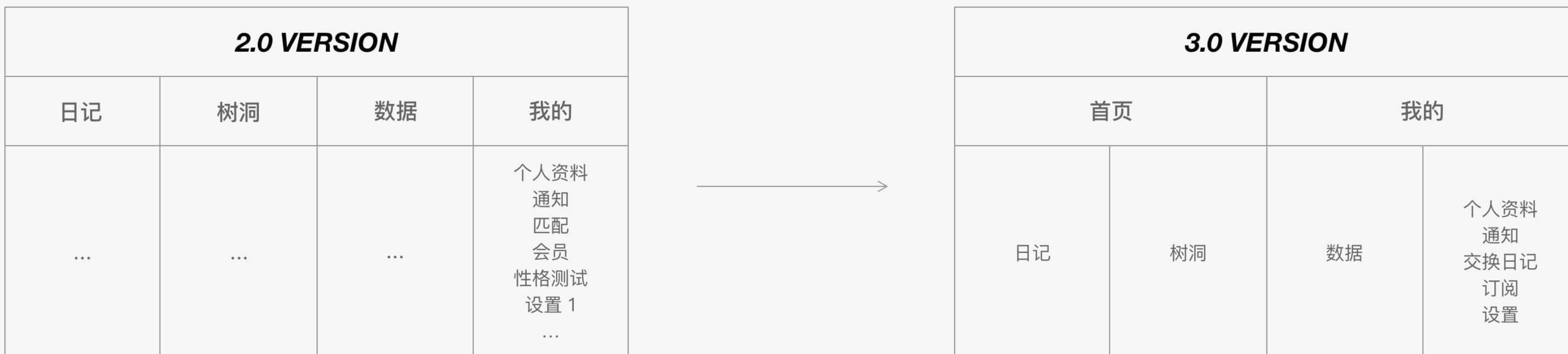


提升订阅

通过调整付费功能和利用视觉加大力度吸引用户订阅会员

GOAL 03
10%

大道至简，结构应如是。



多个部分有高度或部分重合，有部分地方没做分类，导致凌乱。

总体上，相似的东西分散在各个地方，结构给人是割裂的。

按照相似性进行了分类归纳，更符合人的一般认知。

精简后将减少用户的认知负担，同时让用户理解产品的意图。

新的首页， 好了很多。

从界面设计、信息设计的角度，对旧有的界面布局进行反思。

1 不恰当的组件设计

顶部导航意欲模仿日记本，但尺寸过大，比例失衡

列表信息冗余，字号跳跃，间距和视线杂乱。



1 顶部导航

弱化年月，调整到合适比例。
添加日历，模仿真实日记本，营
造日期感。

2 列表

调整列表内容的优先级关系，让
重要信息一目了然。

新版式， 一目便了然。

日记详情页一直是被诟病的地方，问题多多。

1 糟糕的阅读体验

字体、间距忽大忽小，视线摇摆跳跃。

重要信息和次要信息关系未能有效区分。



1 仪式感

将日期、天气和心情放在顶部，更具仪式感。

2 更透气的排版

调整层级和次序关系，突出重点。采用更宽松的间距和字号，让阅读日记更轻松。

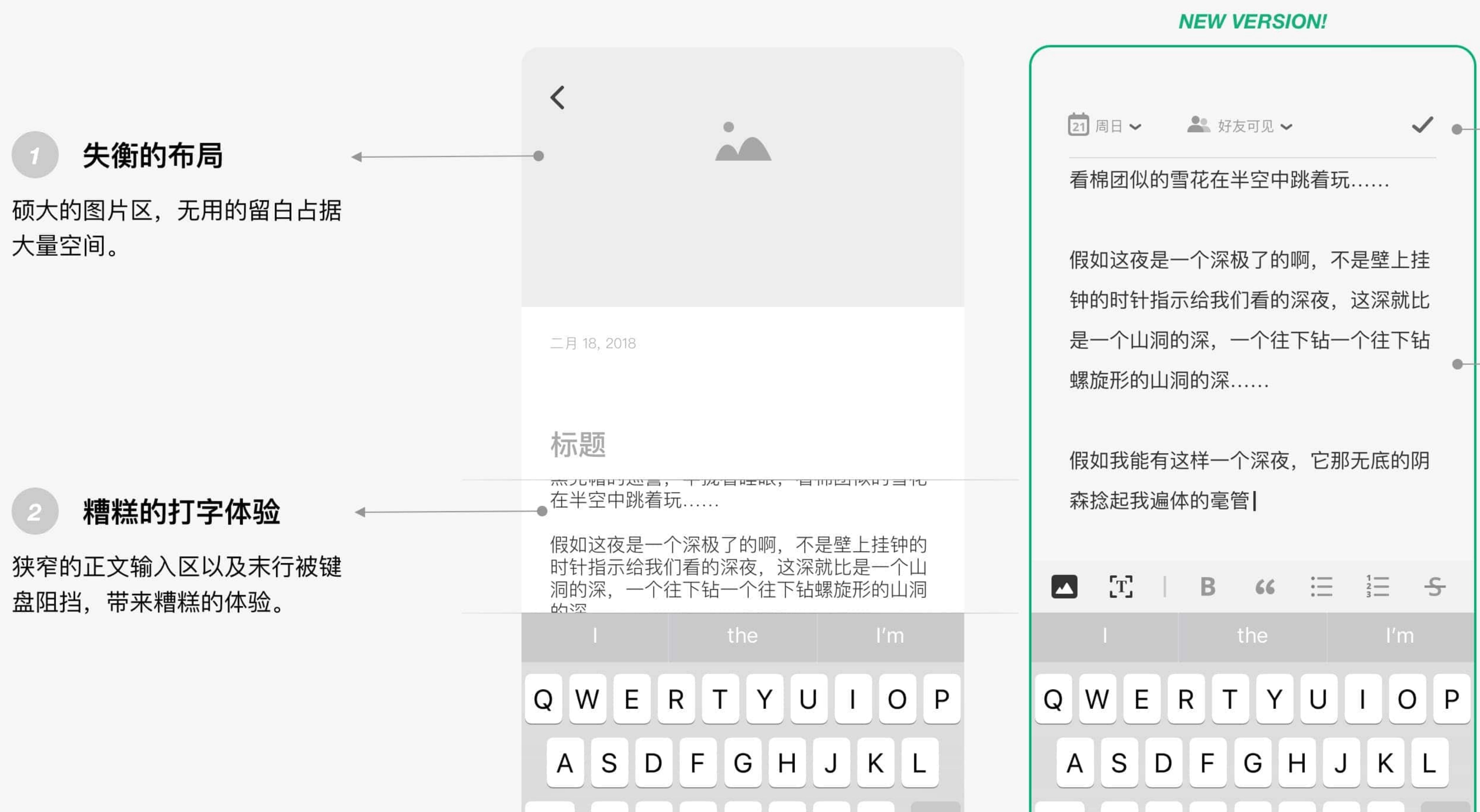
3 富文本

编辑器的升级让写日记变得更美观。

4 便捷的交互手势

将按钮放在底部，更符合全面屏的趋势。左右切换日记，下拉关闭日记。

写日记，现在更舒服。



1 优化信息布局

突出编辑，弱化格式、信息等次要操作。

2 改善编辑操作

将编辑空间扩大，文字输入时不被任何东西遮挡。

个人中心， 也是数据中心。

1 散乱的分类和布局

长列表让分类变得模糊。头重脚轻的布局也显得意义不大。



1 新的个人中心

将「情绪数据」和「日记数据」结合起来，更像个人中心了。

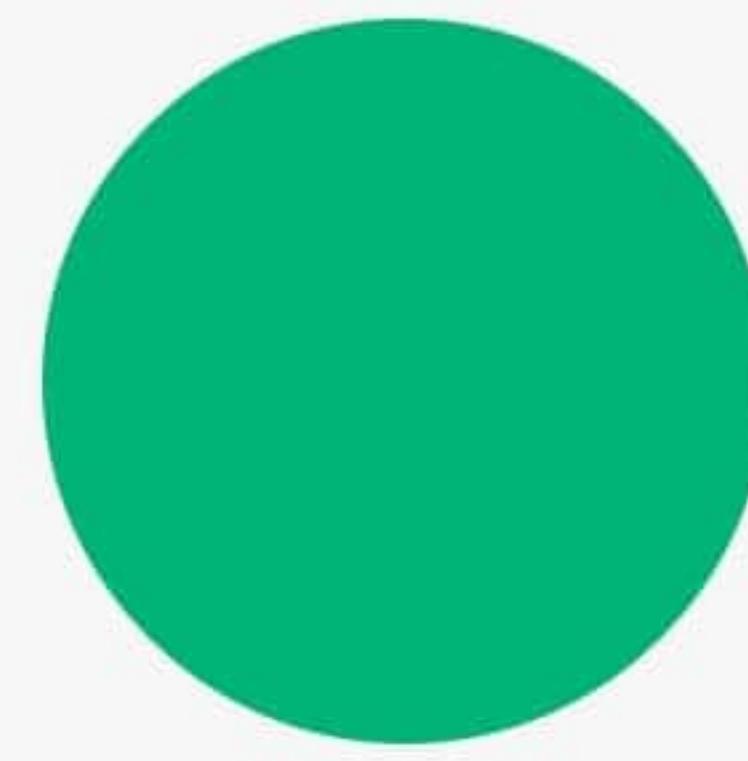
2 合理的归类

1. 通知 + 设置
2. 个人资料
3. 订阅入口 + 交换日记
4. 情绪报告

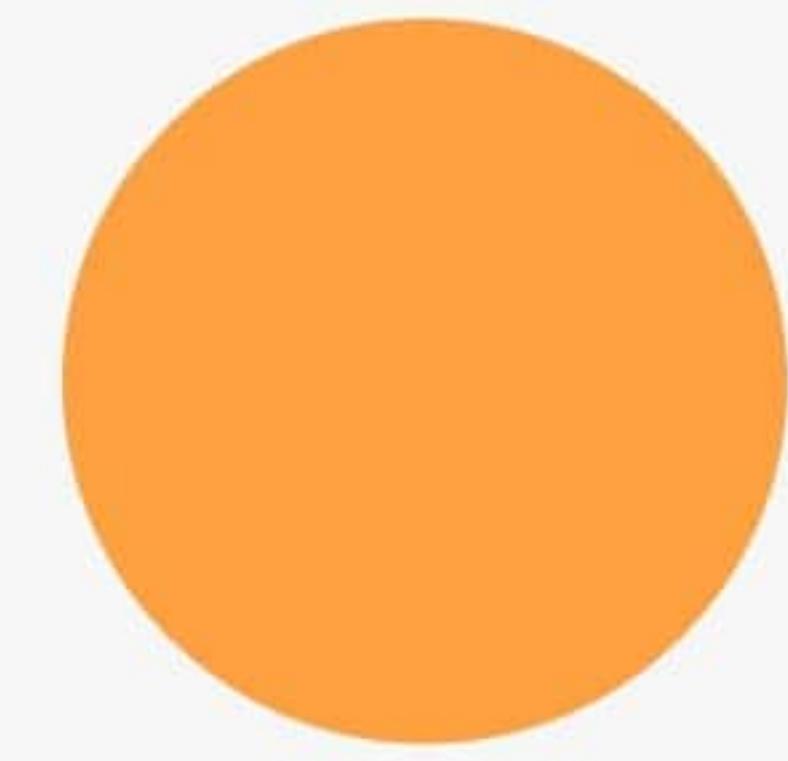
视觉方向

从用户反馈中提取出关键词。用以指导如何敲定设计风格、设计细节等方面。

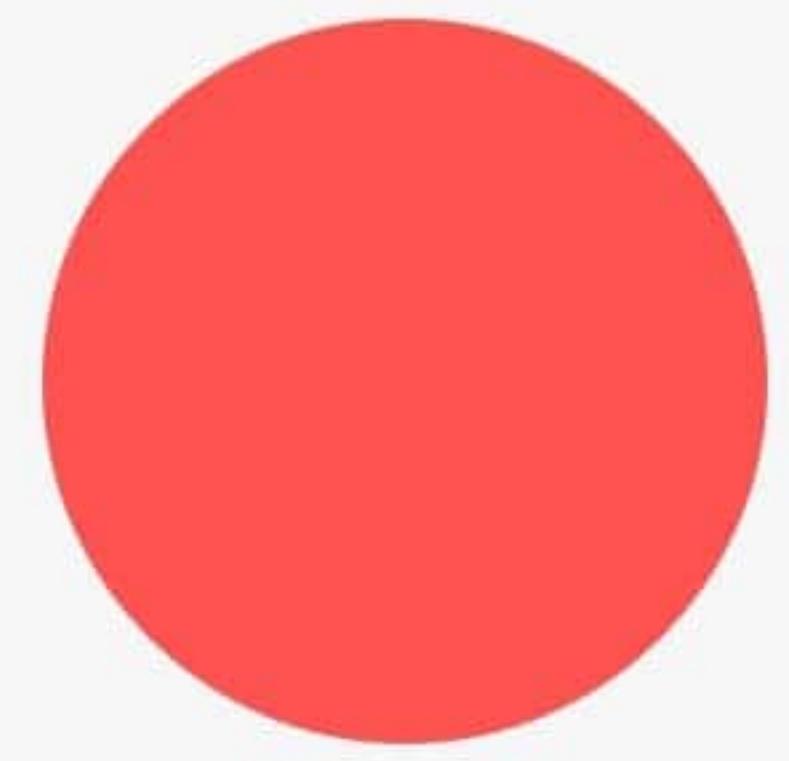


UI Color**Primary**

00B377

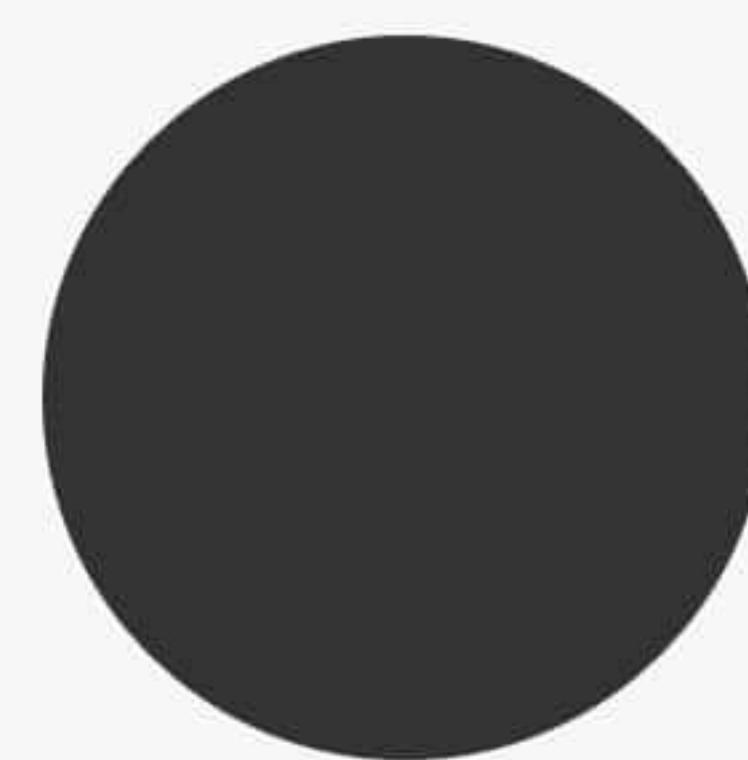
**Warning**

FFA140

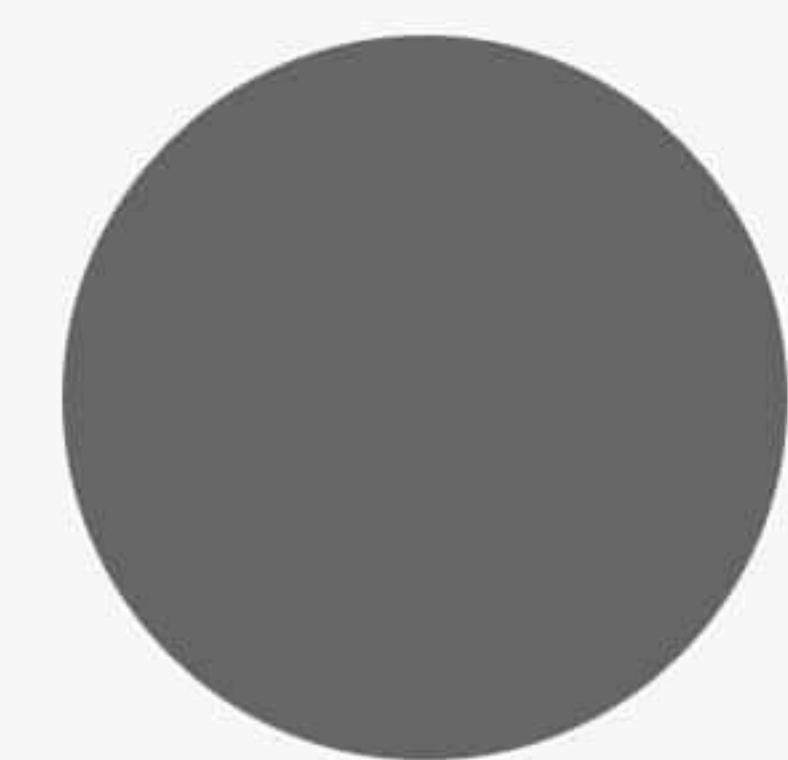
**Error**

FF5352

在用户反馈中透露出安全、密码、稳定等诉求。为了给用户传达安全有保障的感觉，我将原来的高饱和高亮度的主色调更改为更深沉的绿色。

Text Color**Primary**

333333

**Secondary**

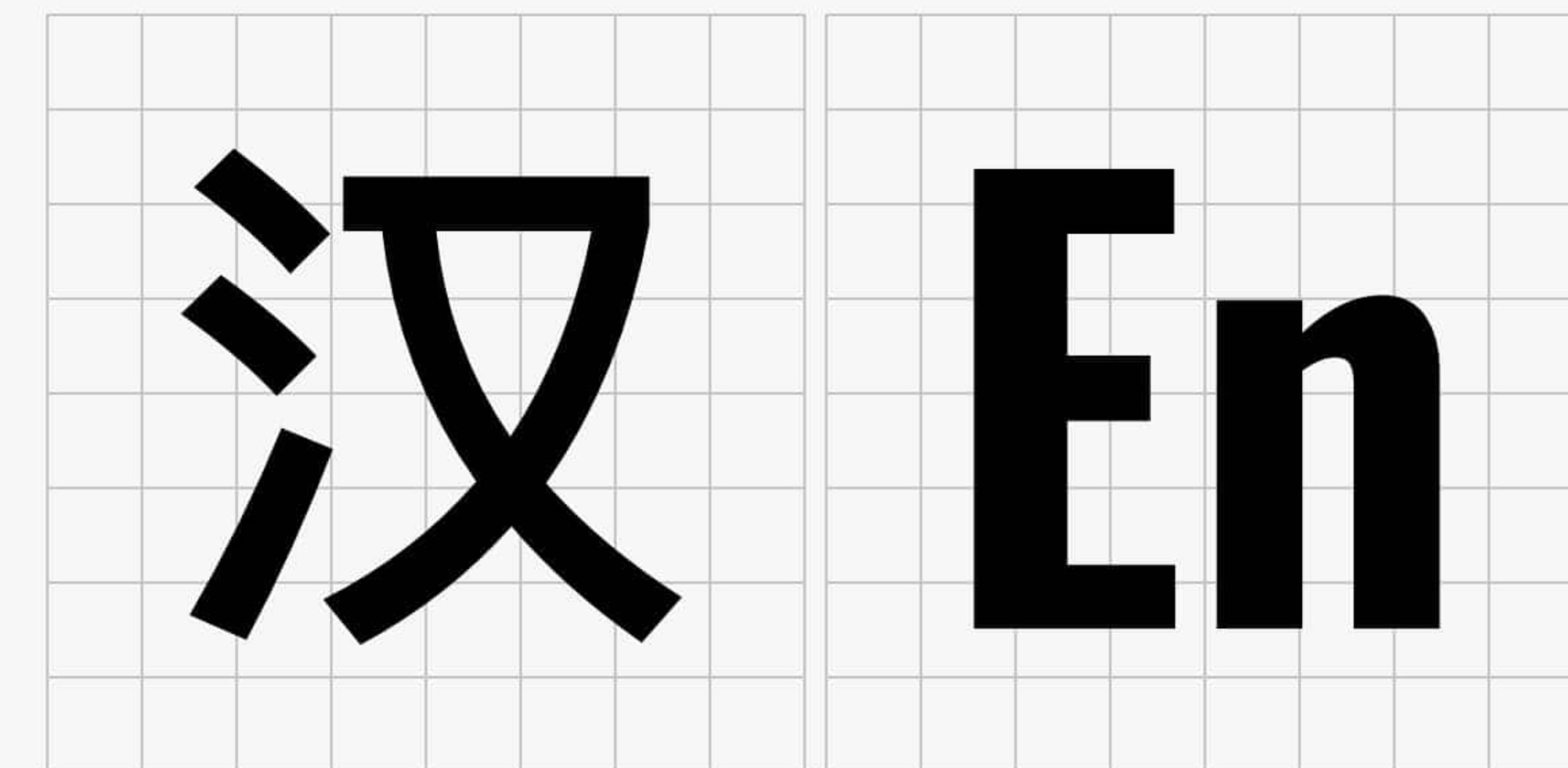
666666

**Caption**

999999

**Disabled**

D9D9D9

Typography**苹方简体****Oswald****大标题** 24pt**A****B****C****D****E****F****G****H****I****J****K****L****M****N****O****P****Q****R****S****T****U****V****W****X****Y****Z****标题 1** 20pt**a****b****c****d****e****f****g****h****i****j****k****l****m****n****o****p****q****r****s****t****u****v****w****x****y****z****标题 2** 17pt**1****2****3****4****5****6****7****8****9****0****#****\$****%****^****&*********正文 1** 17pt**正****文****2** 15pt**说****明****1** 13pt**说****明****2** 12pt

* 此英文字体仅用于日期和情绪数据以及某些标题中。

新首页， 自然新风格。

作为重中之重的首页，我的想法是遵循设计方向中的「简洁」和「新颖」。



灵感来源

1 模仿日记本内页设计



2 时间轴 + 色彩 + 心情



● 21 周一 这个阴天，不但潮湿，还沉闷。不知道是不是天气的影响，感觉路上的景色也变的无味起来，可是生活依旧...

● 20 周日 周日的天气真 nice
这一天十分的高兴，我与老朋友们一起去游泳。虽然有点冷，但是我们...



自己写的日记， 真好看。

为了提高阅读的美观性+可用性，我对日记详情页进行了大调整。



17pt

Font Size

2em

Line Height

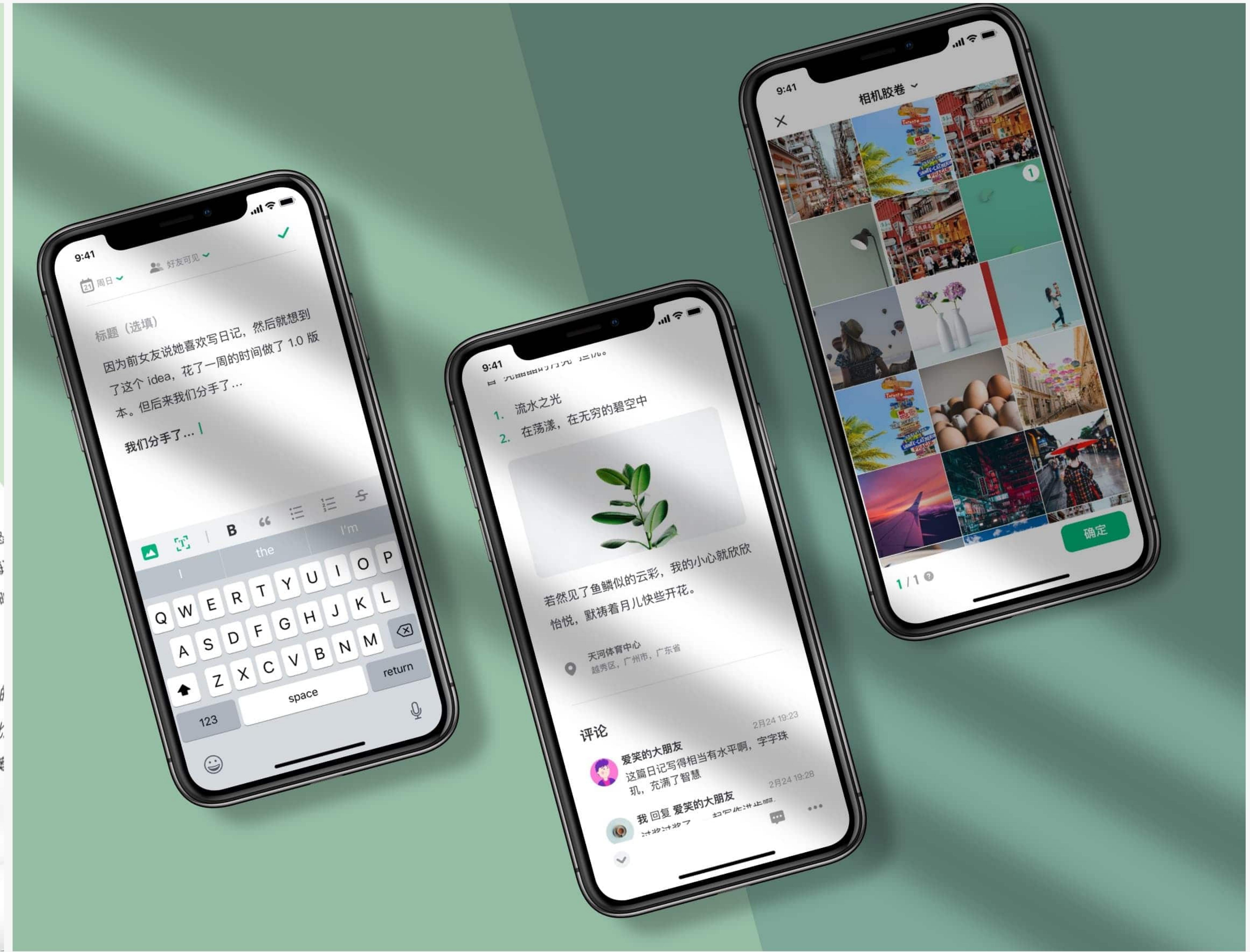
1.56em

Paragraph

研究了字体排版和相关产品后我发现，行高设置在1.5–2.0em，段落间距设置在1–2.0em 之间比较合适。

调整后，相比旧版：

1. 层次更清晰，主次内容一目了然；
2. 阅读体验更好了。



憋了很久吧，
你的心内话。

树洞版块是一个发表匿名日记的地方。用户的头像和昵称都经过匿名化处理。



构思设计

树洞版块主要满足有匿名袒露心声的用户的需求。根据用户反馈和使用场景，我写了一个POV来挖掘设计灵感。



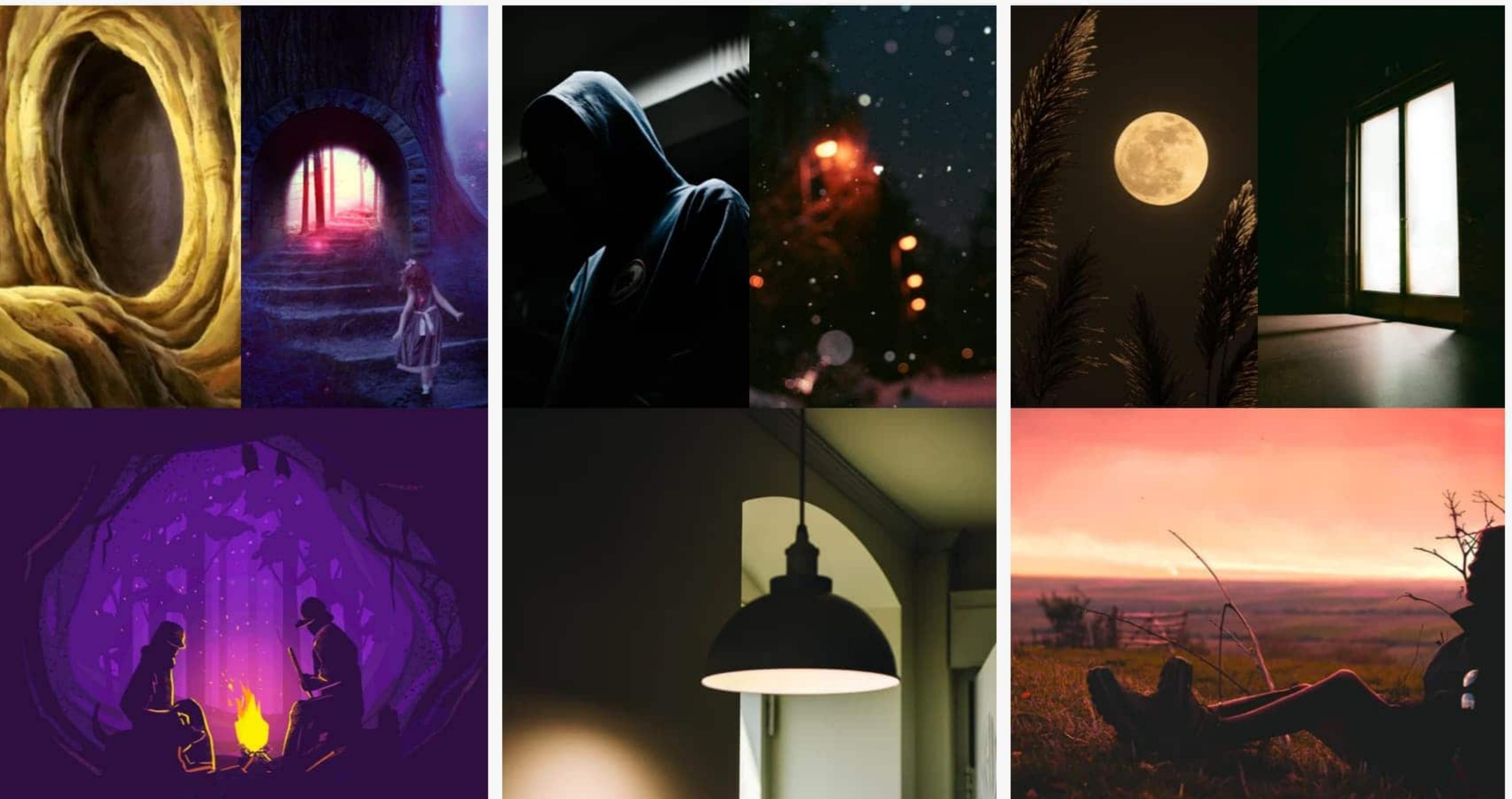
一个有心事想要倾诉的用户，
需要被他人了解但又不想暴露
身份，
对ta来说，“不付出代价来表
达自己心声”很重要。

POV 设计观点填空



POV透露出用户的潜在心理诉求是要完全隐藏个人信息、安全的
环境下表达，因此我从中提取了三个关键词：「树洞」、「匿
名」、「私密」。

视觉联想



树洞

Tree Hole

匿名

Anonymity

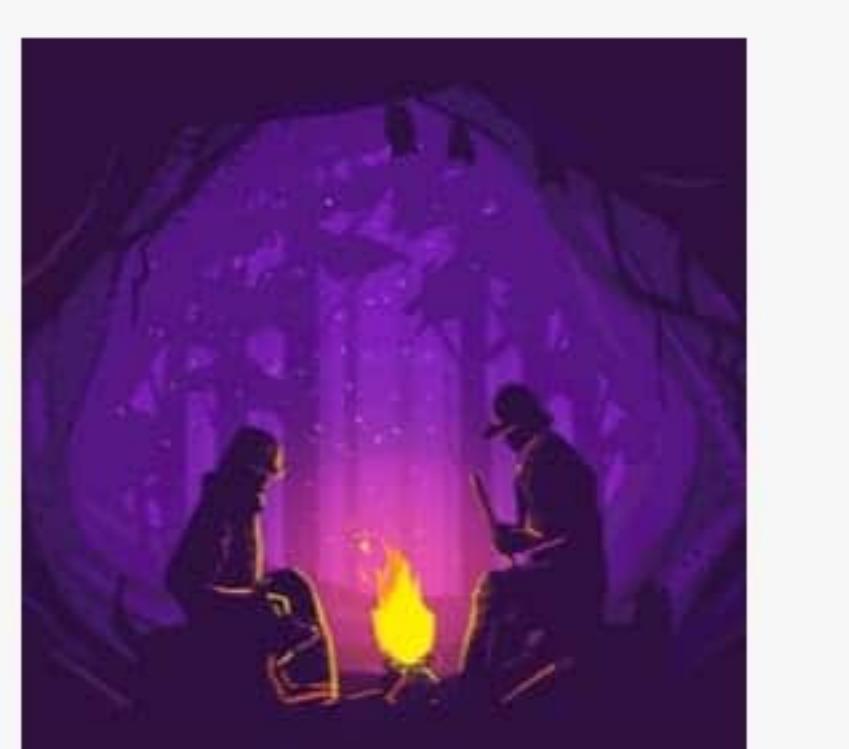
私密

Secret

方案一



荧光、光斑

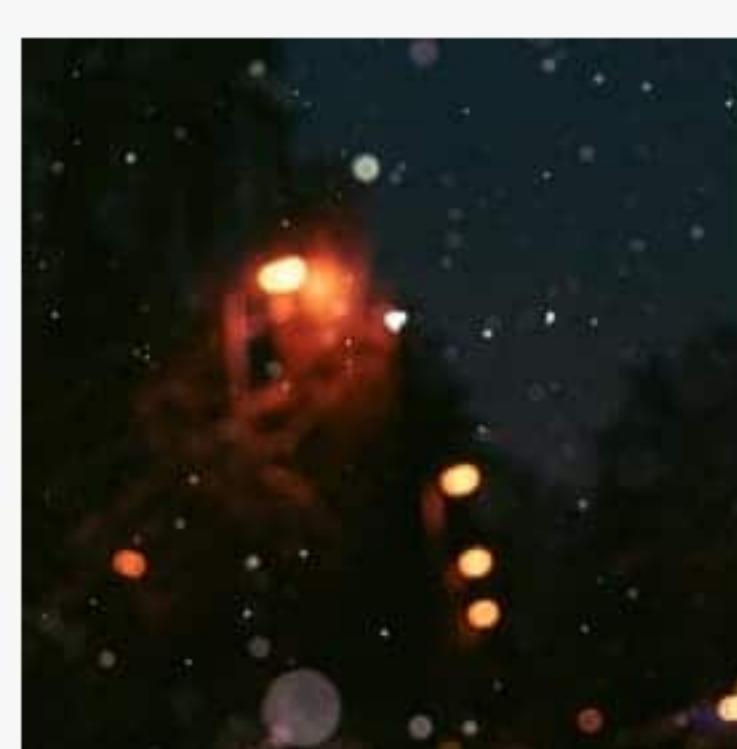


从树洞往外看

方案二



灯下



荧光、光斑

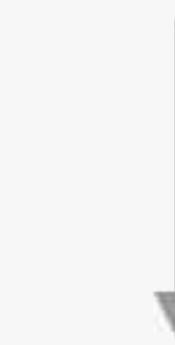
两个方案虽然都有树洞的感觉，但总感觉缺点什么，而且给人的感觉是黑暗和压抑的。

如何让树洞看起来不是压抑黑暗的？

深入思考

匿名倾诉心事的用户，是什么促使他们来分享自己的心事呢？他们的目的是什么？

“倾诉，它是指把内心的秘密告诉别人以取得帮助和维持心理平衡的行为。



治愈

Healing

我的理解就是发树洞其实是希望得到心灵上的治愈。因此我将「治愈」作为新的关键词，来替换「匿名」。

治愈的视觉联想





最终方案：萤火之森

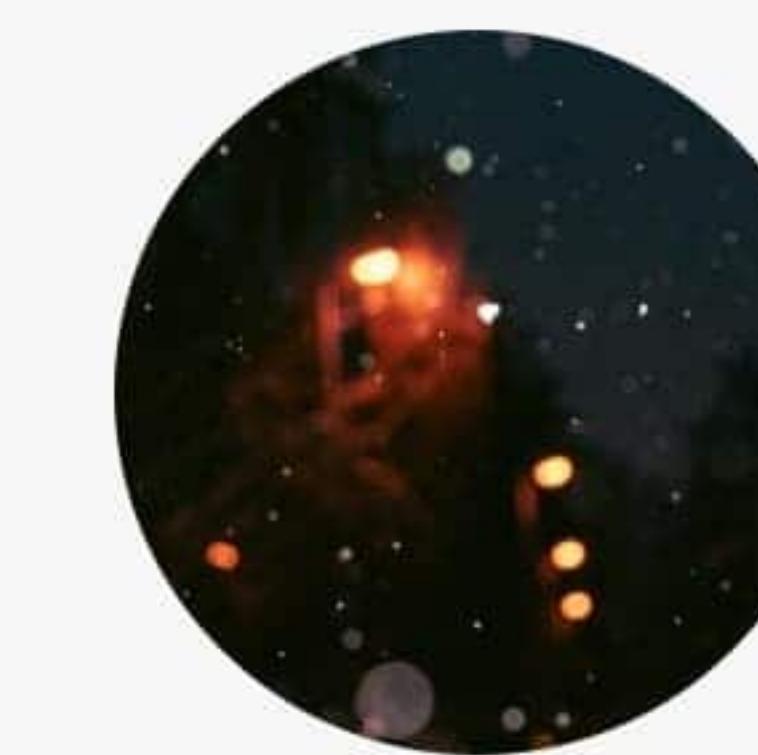
经过多版探索，最终构思了一个「森林」+「夜晚」+「荧光」+「私密」的 idea。



森林
Forest



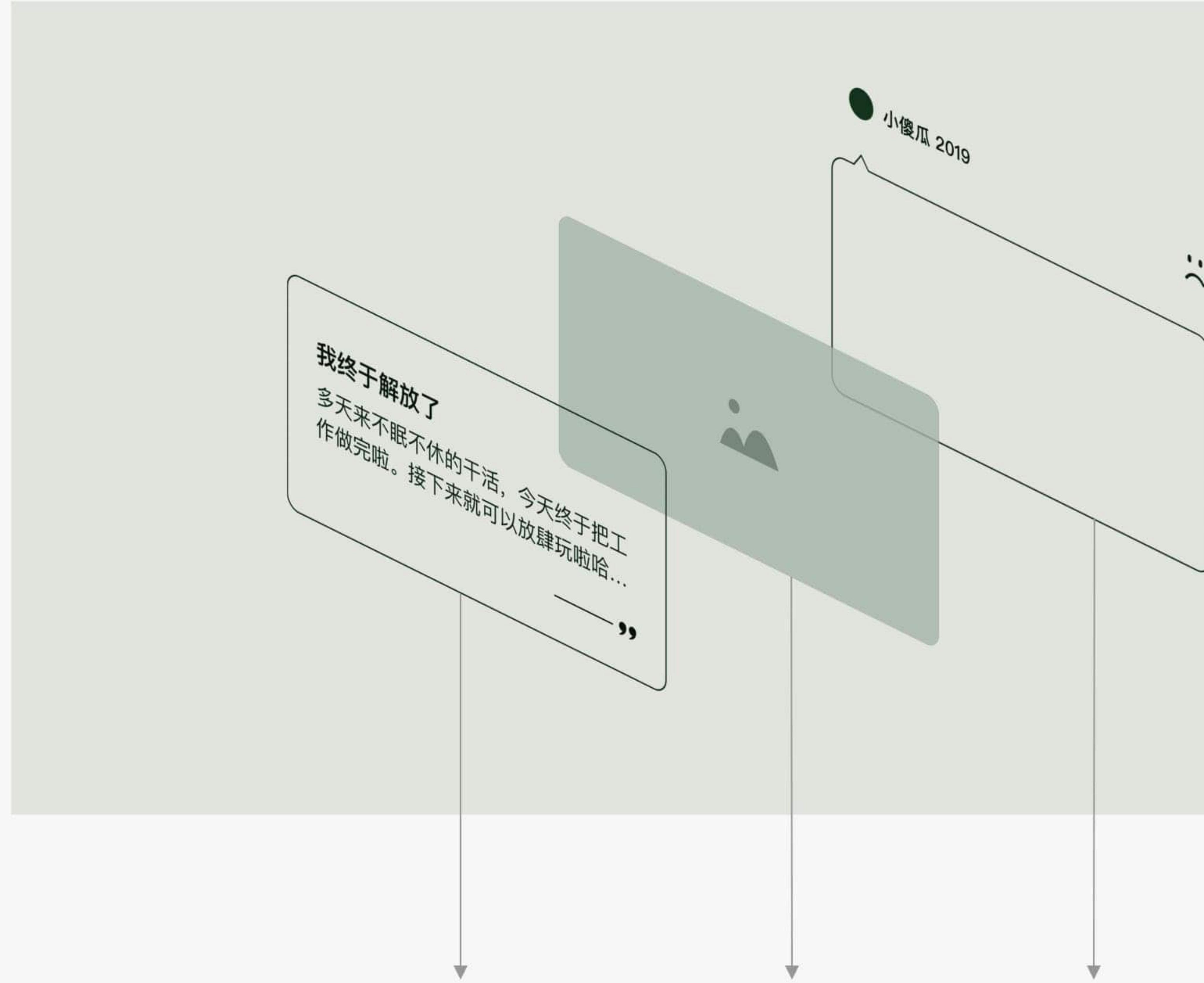
夜晚
Night



荧光
Firefly



私密
Secret



用户文字

背景

对话式框架



列表最终效果

Final Effect

个人中心， 此刻焕然一新。

个人中心与情绪报告合并，通过合理的分类，现在更具实用和美观。



1 个人资料区

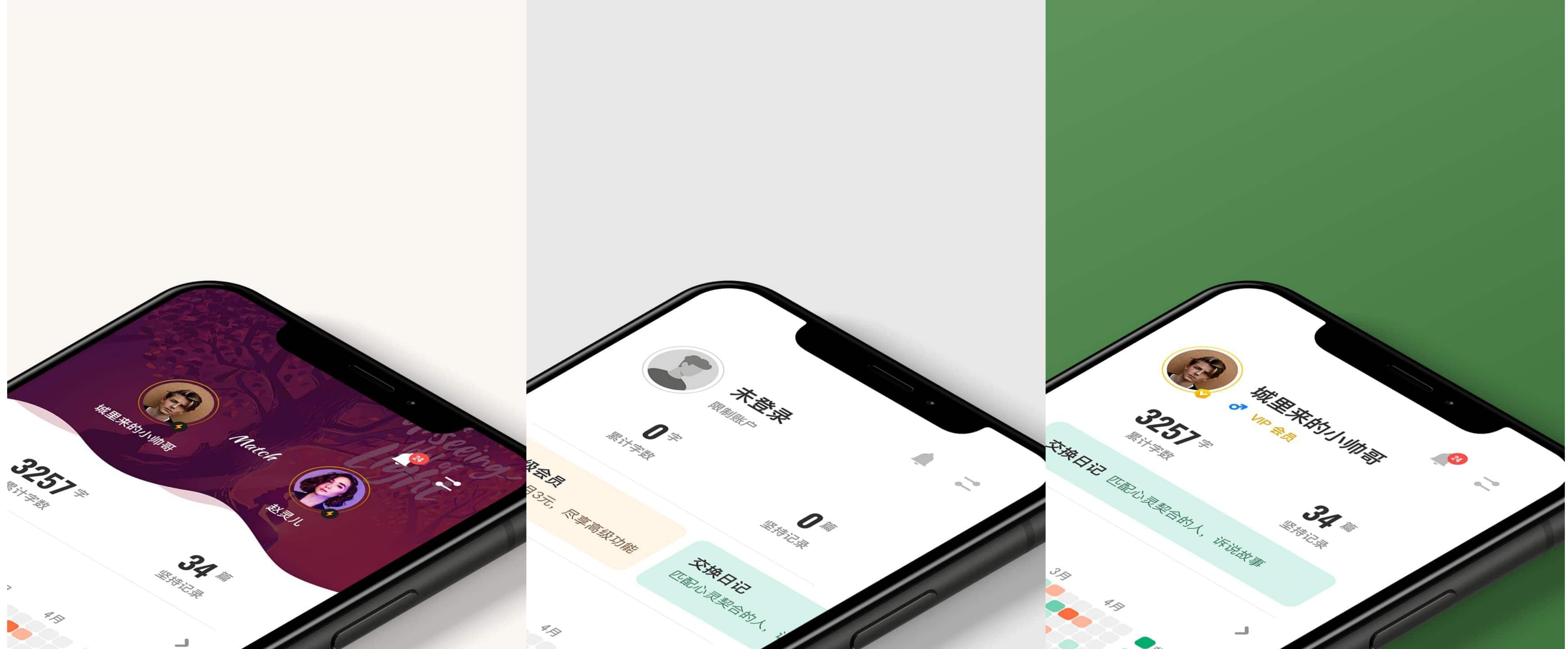
关于个人的一切都在这里了，当然除了情绪数据。

2 功能入口区

订阅入口 + 交换日记入口

3 情绪报告区

情绪格子 + 情绪折线图，用户可以通过滑动来查看。



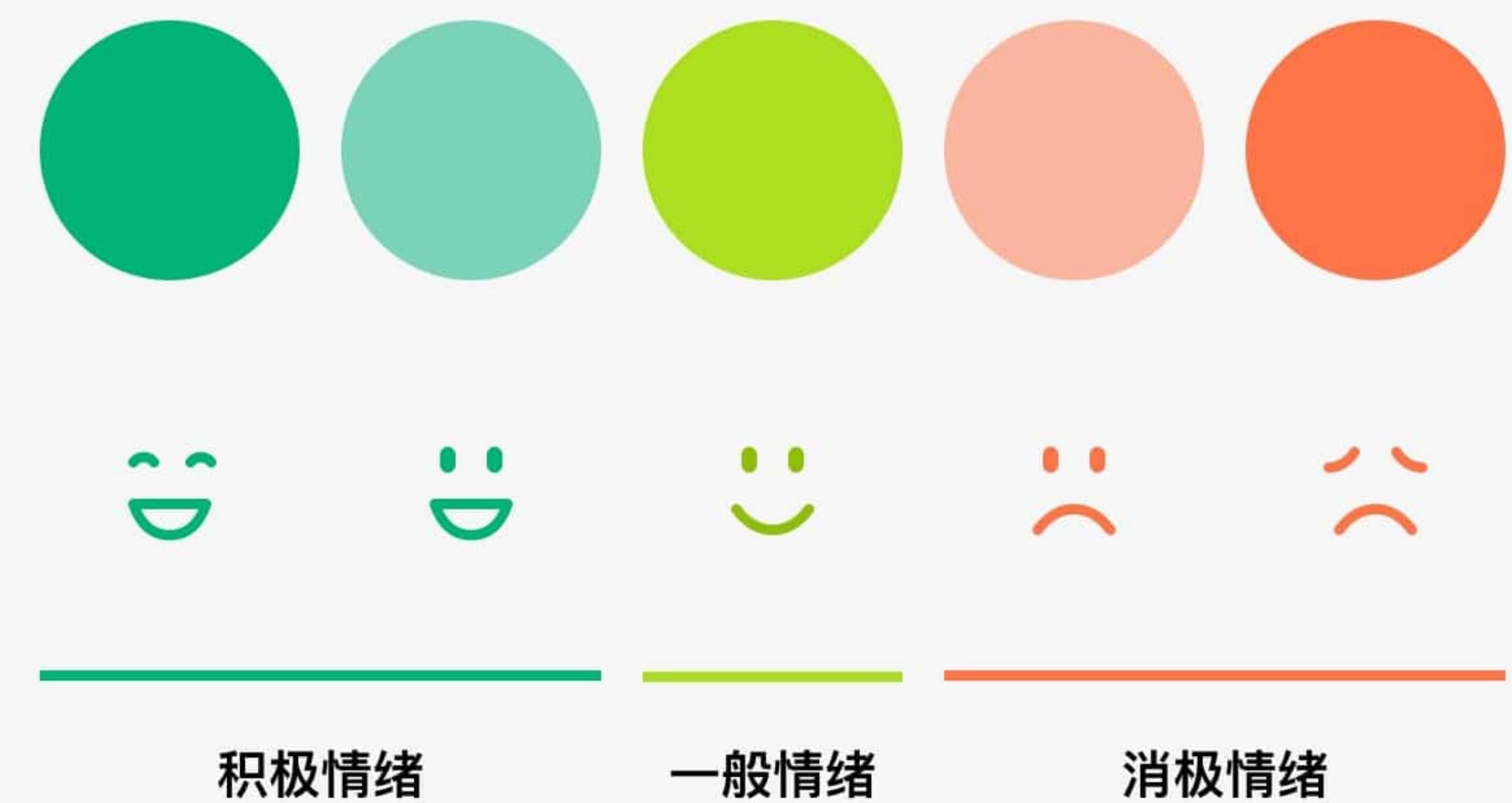
嬉笑怒骂， 尽收眼底。

利用 NLP 算法，对日记进行情绪判断。情绪数据使用格子图、柱状图和比例进行解读。



情绪

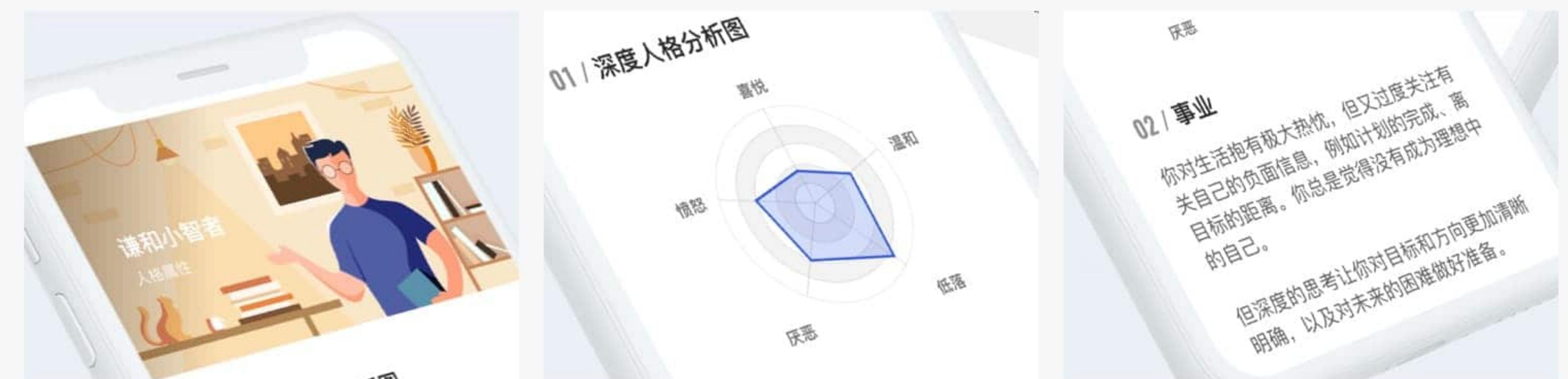
由于情绪的种类太多，为求简化，情绪被划分为积极、中性和消极这三类。积极和消极各有两个不同的程度。





趣味人格测试， 来认识你自己。

我们邀请心理专业的研究生做了一份 85% 信度的人格测量问卷。最终拟定了 5 种人格分类，并设定了 15 种性格，同时为每种性格设定了「趣味建议」+「人格插画」。



插画

人格分析

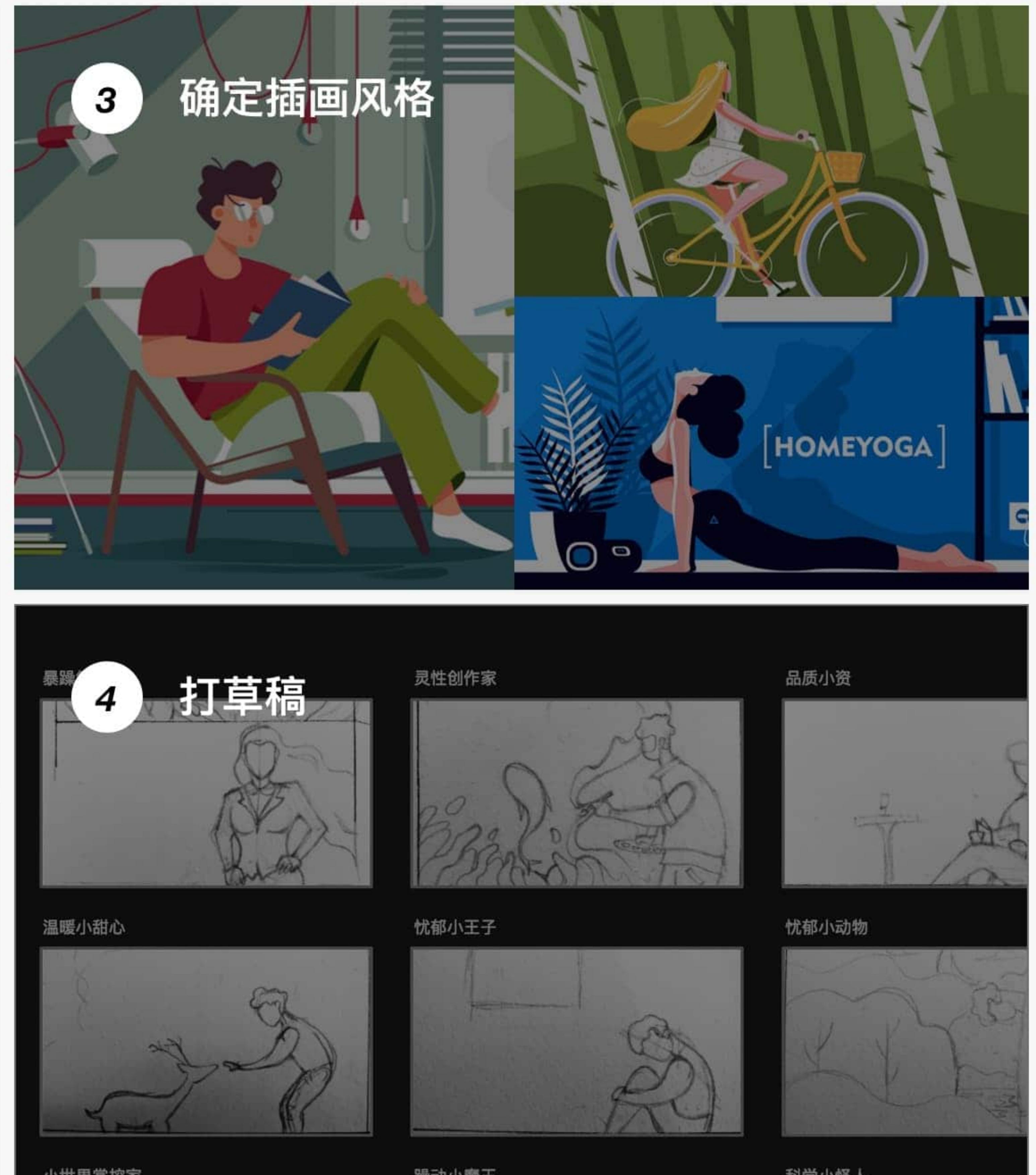
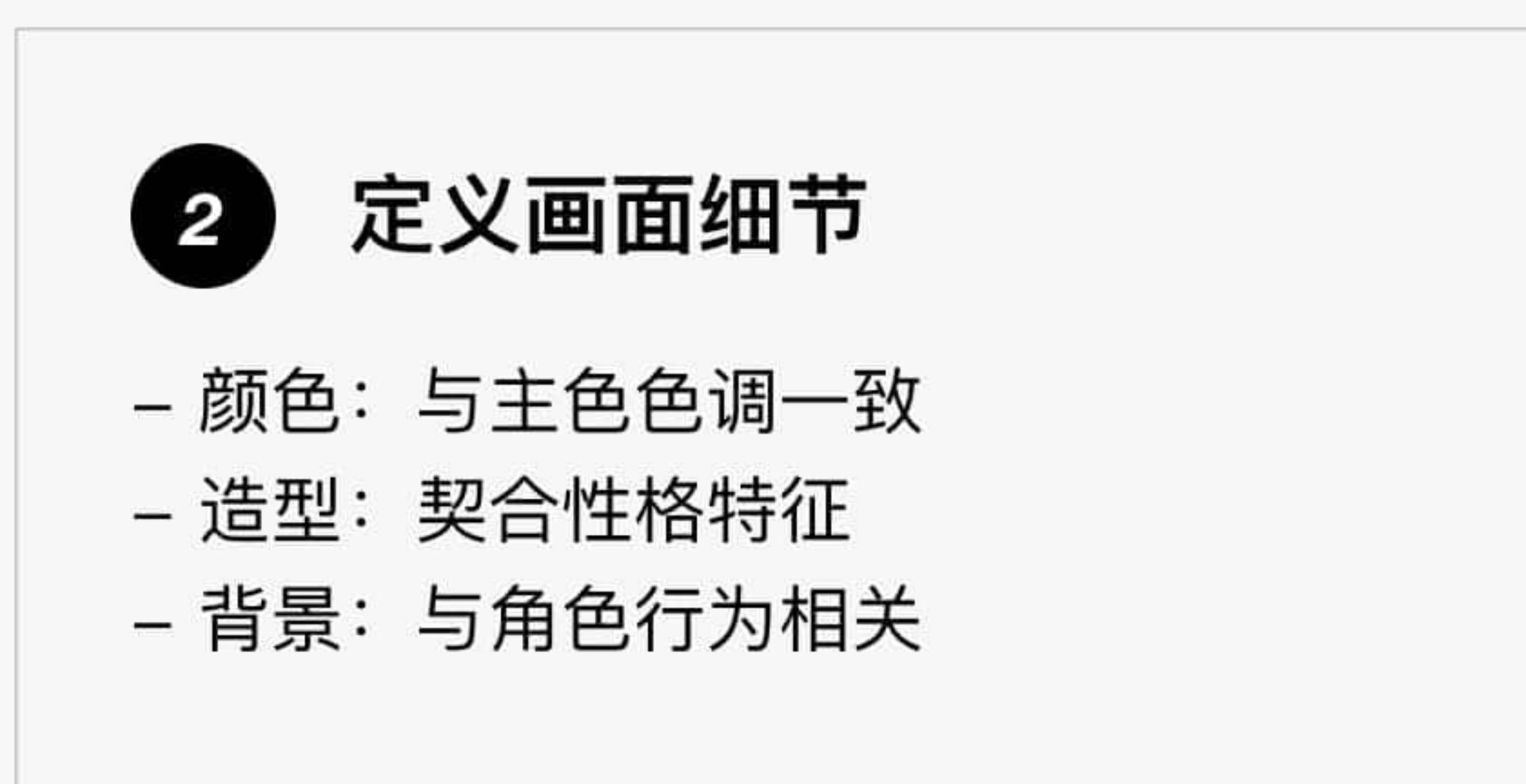
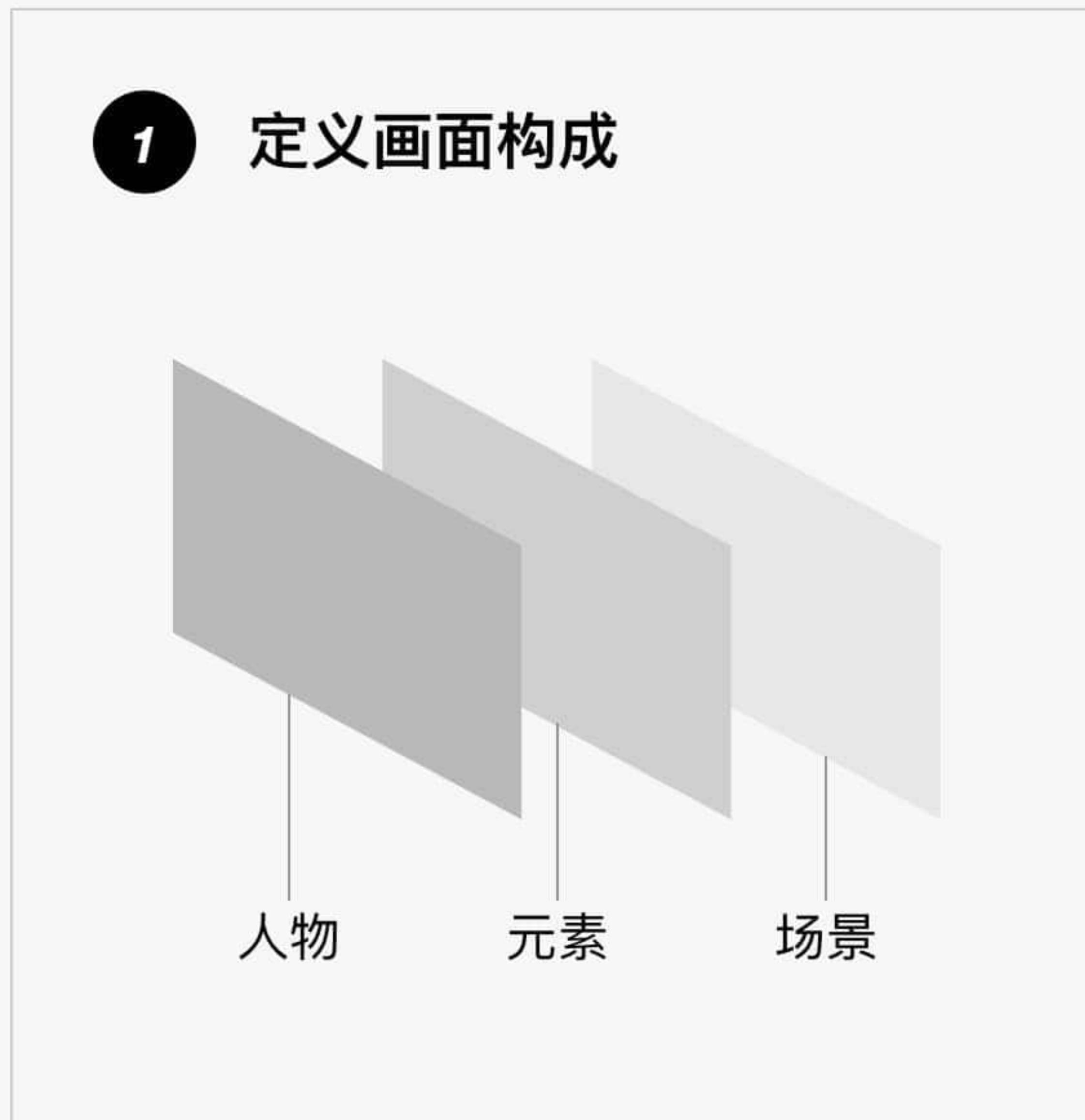
趣味建议

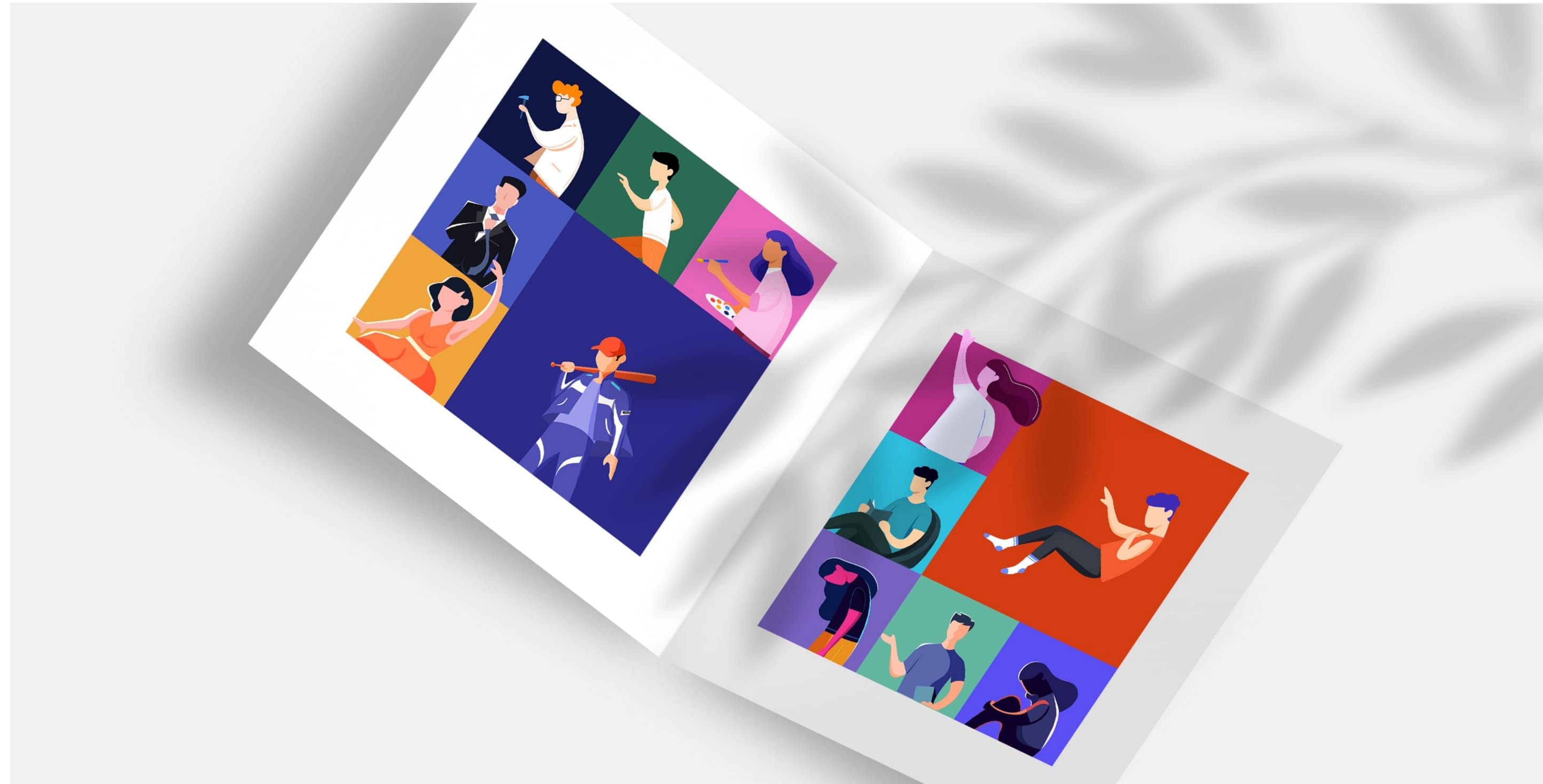
旧版插画问题

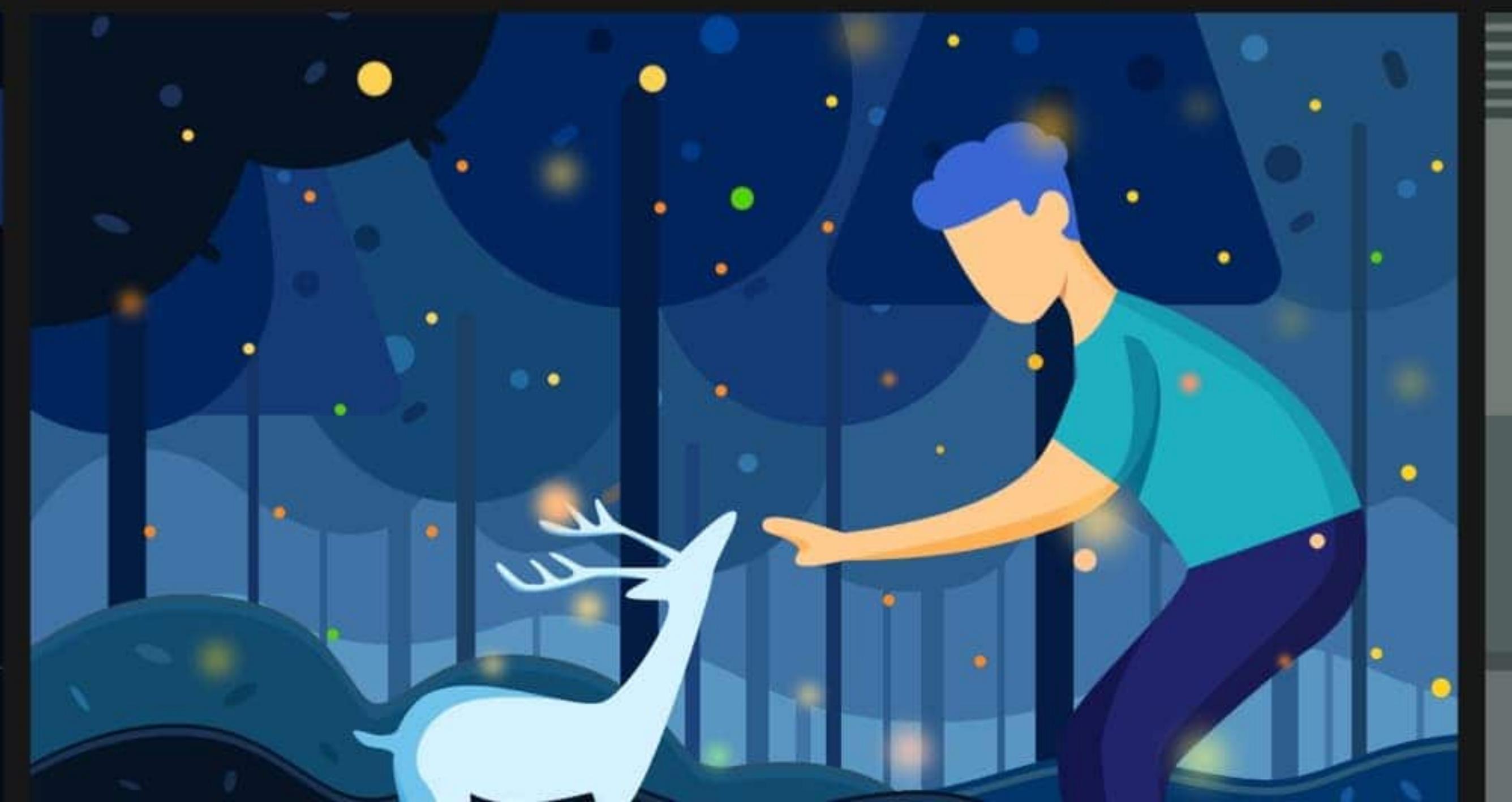
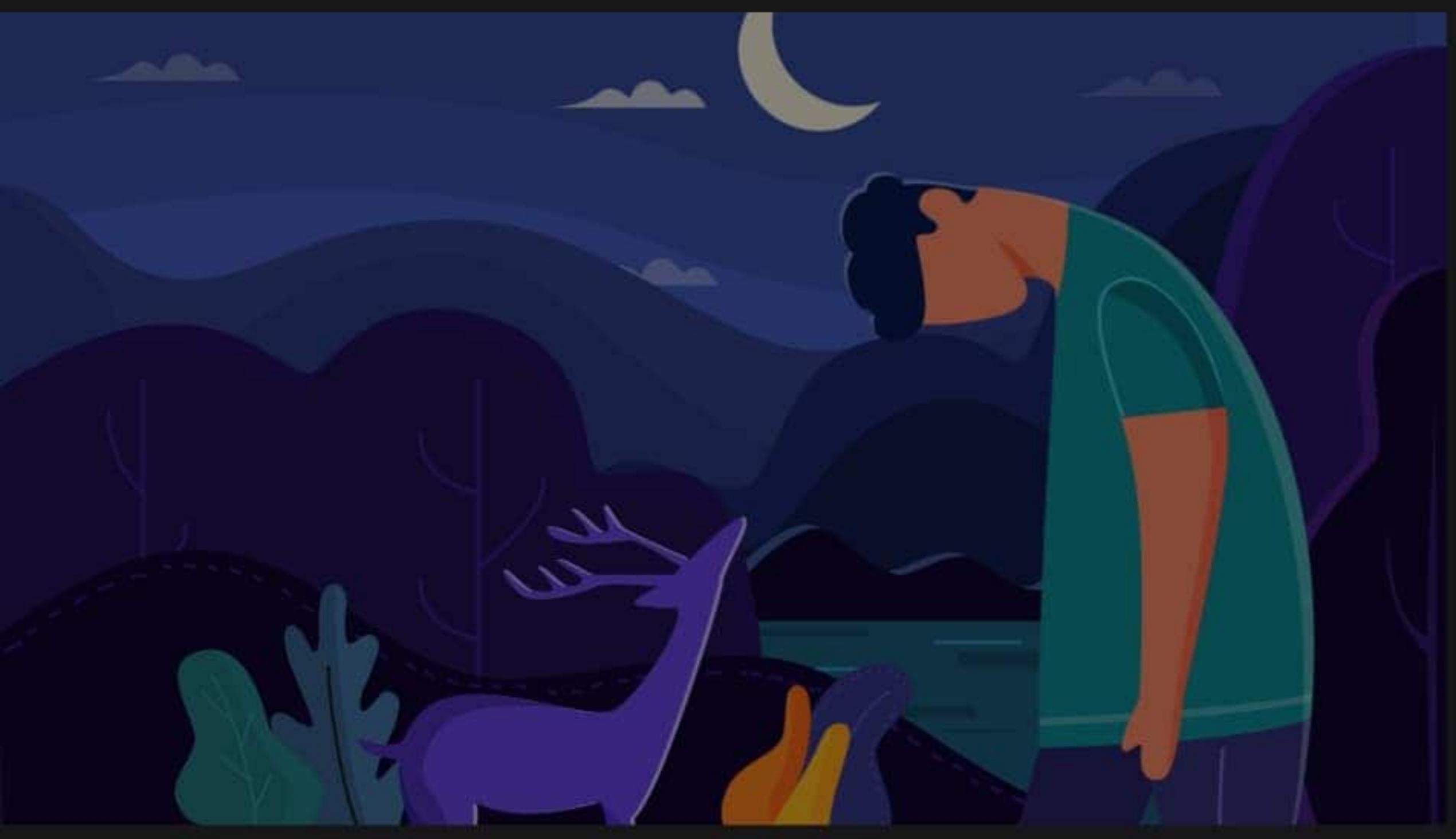
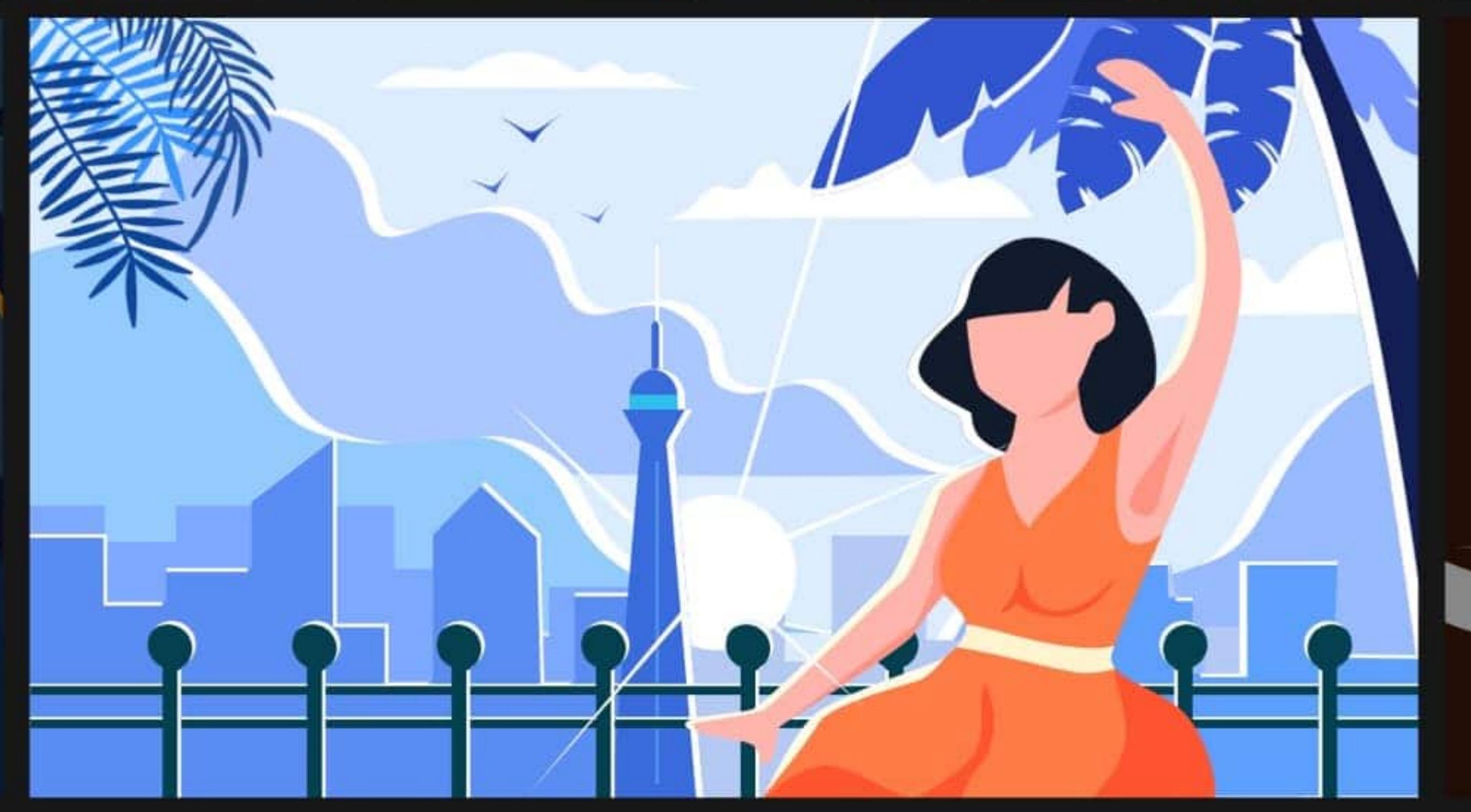


旧版插画是别的插画师设计的。由于之前在沟通上的问题，未对插画的造型、颜色等做出要求，导致效果不如人意。

新版插画构思





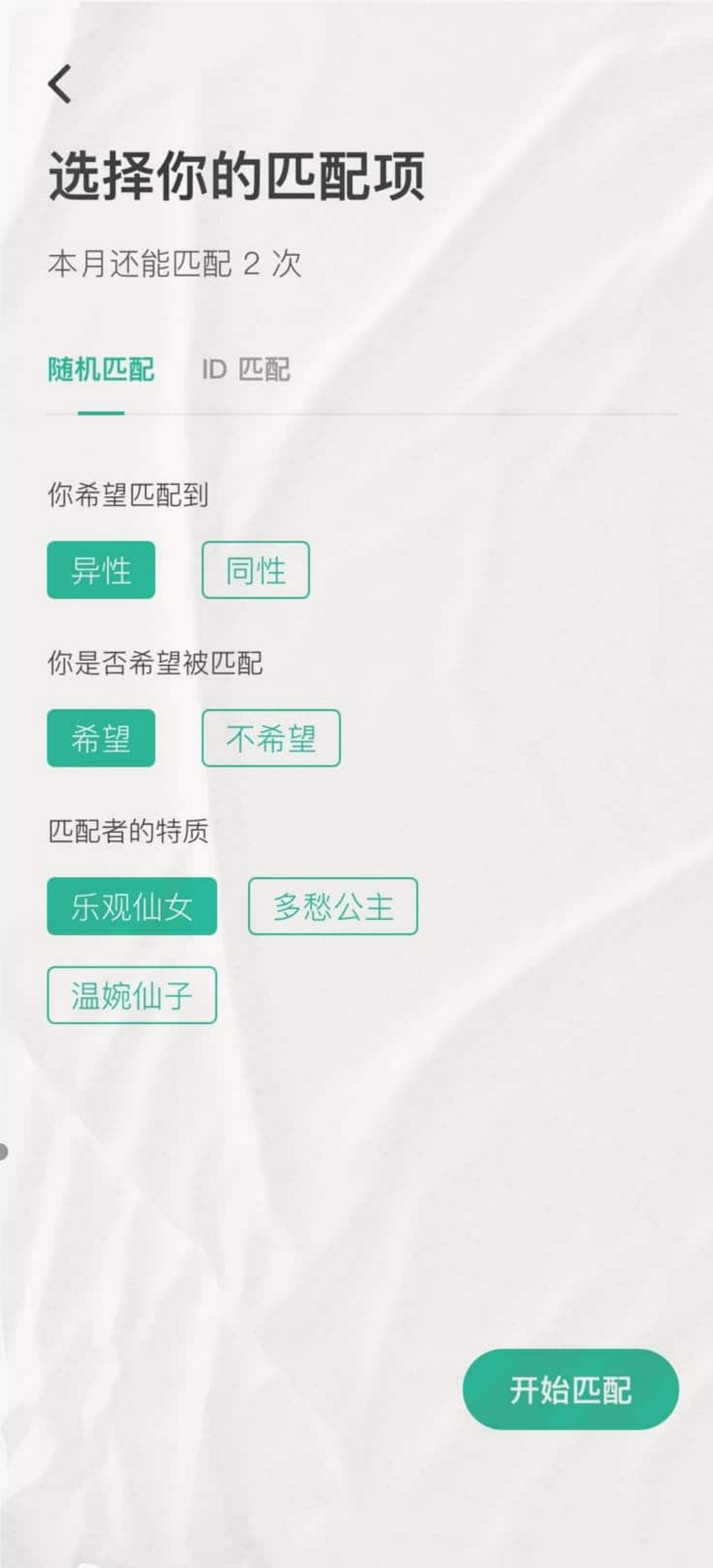


旧的匹配页， 冷冰冰。

世界上每个人，过着不一样的生活，对事物的感受也不同。匹配功能让用户找到能够倾听自己内心情感的另一人，并互相给予对方心灵上的支持、安慰和帮助。

1 设定复杂，布局差劲

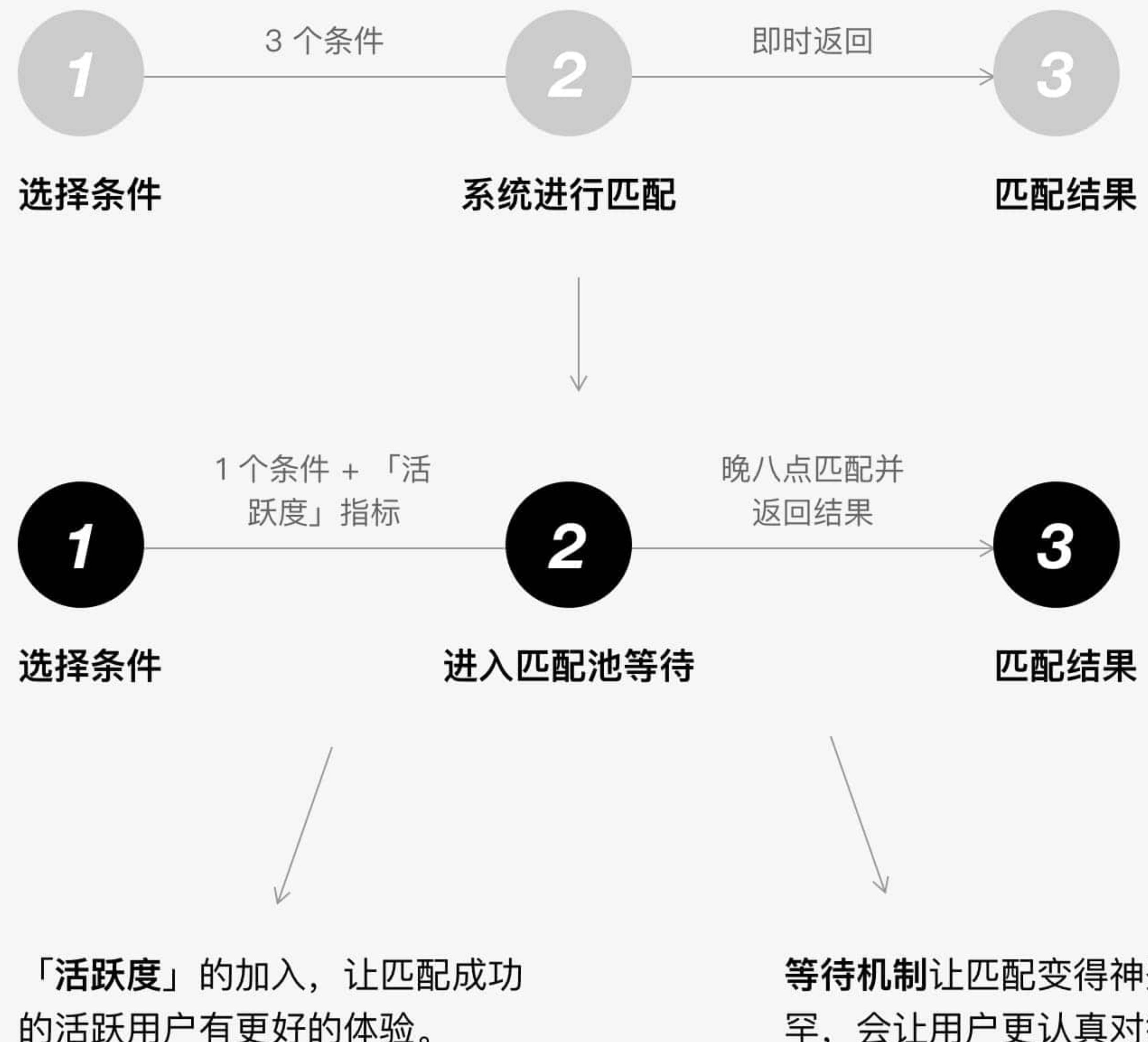
匹配的规则相对复杂而不友好，此规则下的匹配结果令人不满。样式布局与整体不统一，显得很突兀。总体看起来像填写表单。



2 糟糕的等待体验

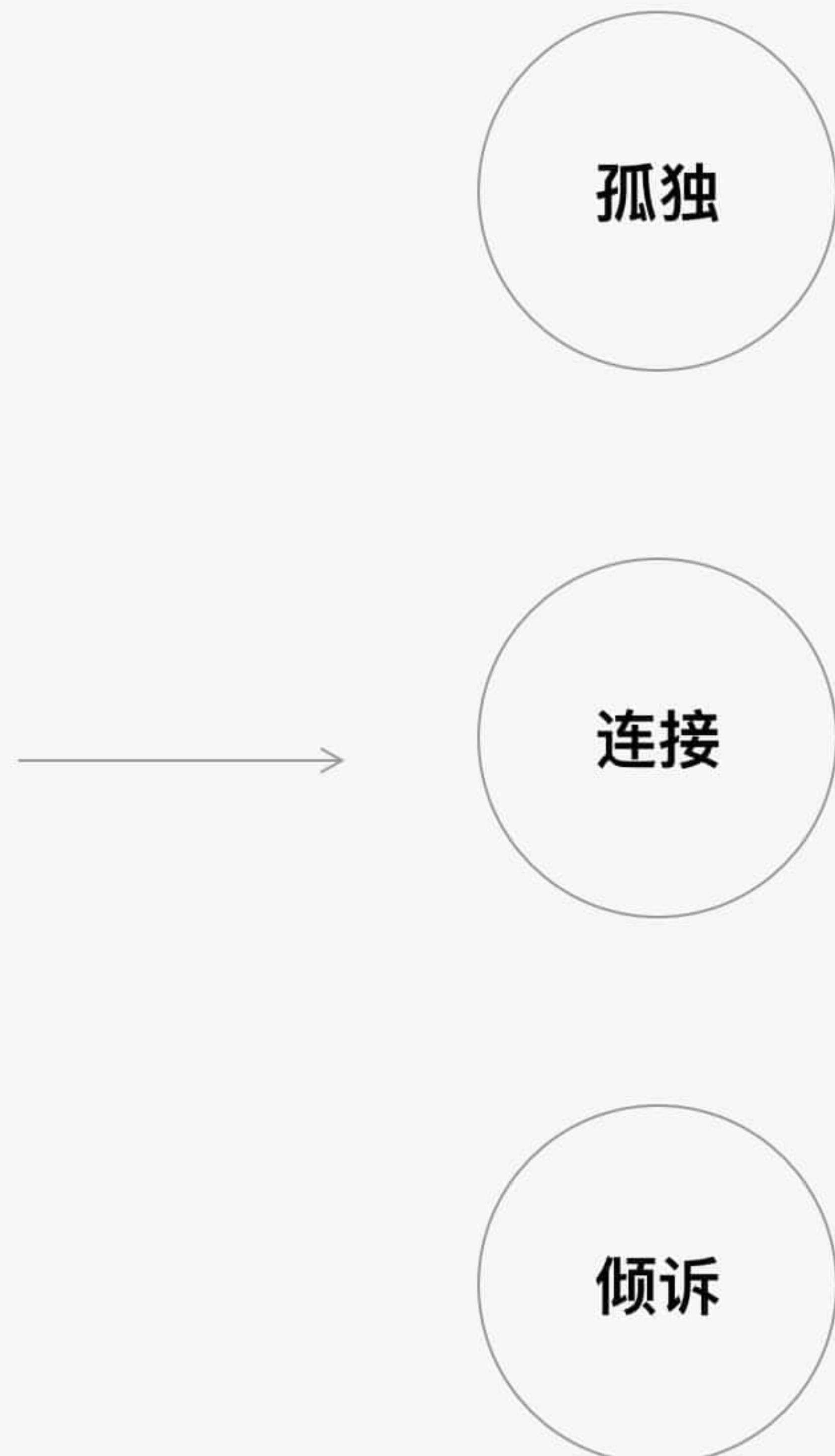
匹配是短时间内就有反馈，但用户在等待过程中，页面设计却呈现“加载”的感觉，加剧了其焦虑感。如果连续匹配失败几次，将会给用户造成很大挫败感。

匹配规则调整



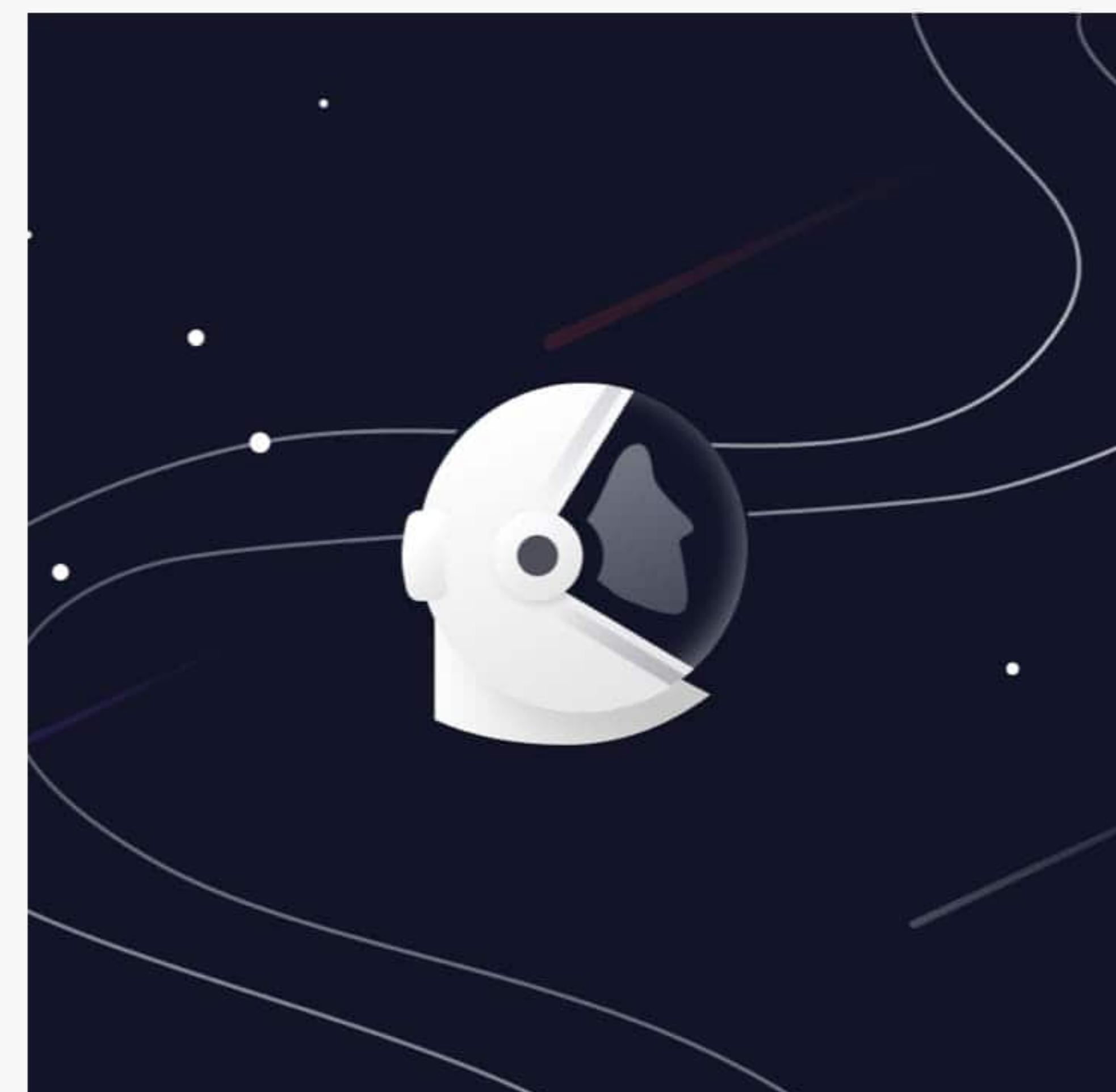
视觉构思

无论规则如何，用户都需要时间来获取结果。为了减少用户潜在的挫败感和焦虑感，我决定在趣味性上下功夫。



创意构思

经过思考，我以宇宙为灵感，构建一个在宇宙中向外界发出交友信号的场景。宇宙营造足够的孤独感，人物仰起的头代表了想要连接和倾诉的愿望。





人是铁饭是钢， 一顿不恰饿得慌。

原来的订阅页从策略和视觉的上都不够吸引力。
作为一款工具类软件，核心功能做好了用户才想
付费，但精美的订阅页也可能提高用户付费的意
愿。



1 会员功能欠缺吸引力

高级会员实际享受到的仅是图片不被压缩这一功能。还有那尴尬的未来承诺。

2 视觉难以转化购买

插图和总体设计显得比较冷淡，
并没有鼓励用户购买。

策略调整



1 Call to action 插画

插图用正面积极的方式激励用户购买，辅以用户行为召唤的文案，用以激起用户购买欲。

会员类型	续订方式	价格	优惠
Pro会员	连续包年	¥120	省30%
VIP会员	连续包月	¥15	

立即开通
7天免费试用

2 对比原理说服购买

设定 Vip 和 Pro 两种会员身份以及年订阅和月订阅。优先展示 Pro 会员和年订阅，因其定价相对较高，对比下 Vip 则更具性价比。



3 颜色更有购买欲

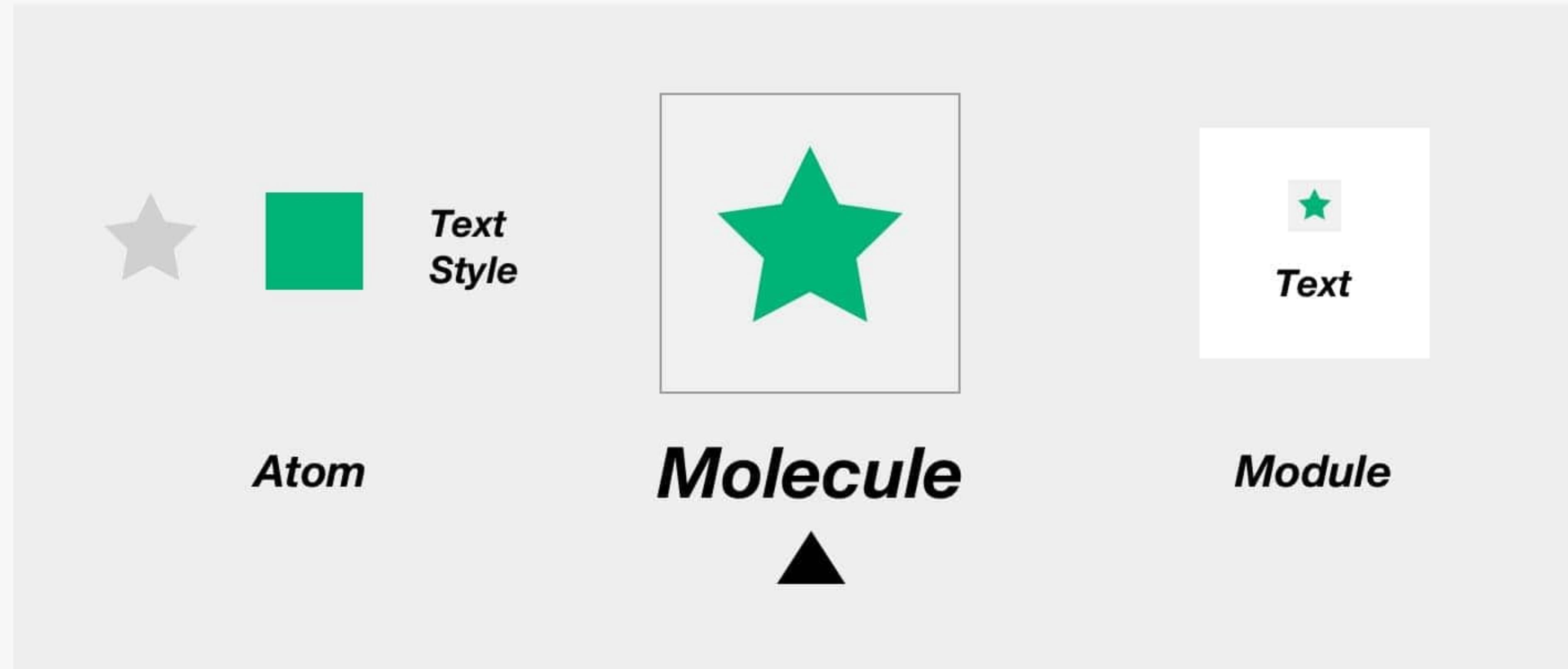
* 价格仅供设计效果参考，与实际上线时不一定一致。

4 新增高级功能

在基本型和期望型需求上进行了调整，九宫格的排布在视觉上让人觉得会员会享有更多的功能、更实惠。



次最小粒度的组件化



设计理想和操作成本的平衡

理想的组件化是样式与内容分离、视觉和交互一致性、便于维护和协助。但这样就需要原子设计和大量的时间精力去制作，而且为了将自己的重点放在设计而不是制作上，我在组件化上做了平衡，没有在最小粒度上制作组件库。

组件化实践

