

基于商业平台的消息体系设计方法论

伊晓鸥（青澄）¹

¹ 阿里巴巴集团，杭州，中国，200240
xiaou.yxo@alibaba-inc.com

摘要：

消息系统本身是一种基于辅助用户完成商业平台网站任务流，发挥平台功能的必要设计，也是实现商业平台功能的交互环节中的一种重要设计，在内容上需要尽可能简洁高效地进行表达。并且由于是帮助用户完成任务目的过程中交互行为的一种补充功能，故消息系统的设计也涉及到用户使用时的心理反馈，不当的设计会严重影响平台的整个交互体验品质，用良好的消息系统设计能帮助用户高效顺利的完成商业目标，是商业平台消息系统设计的基本原则。

关键词：商业平台，消息系统，权重划分

1. 引言

网站设计预想的用户访问流程，与用户访问网站实际获取目标信息的操作过程，总是存在一定的差异[1]。消息体系作为系统与用户之间的对话媒介是重要的一环。像任务流，需要通过功能引导达到提高效率或商业利益的目的。静态层，需要一个完备的可视化方案，让用户获取到想要的信息并且帮助他们从多维度对比分析。那么，消息体系我认为需要建立一套完善的对话规则，来达到系统与用户之间有效沟通的目的。

2. 基于商业平台的消息体系架构

2.1 消息体系定义

消息体系，顾名思义即通知信息的传达处理系统[2]。目的是为了用户获得需要得到的消息及提醒并处理。

2.2 消息体系的重要性

从用户的角度，以人与人的交流为例。人与人的交流中，无法忍受的一种情况是：对方对自己说的话

没有反应，好像视而不见。没有反馈或是不友好的反馈，就好像冷冰冰的人一样，会给用户带来无助或不悦的负面体验。那么，及时恰当的反馈的用处是什么呢？能够告诉用户下一步该做什么，同时帮助用户做出判断和决定。

从人机交互的角度，一个商业平台由三个重要部分组成，分别是任务流、静态层和消息体系。任务流是用户以完成某项任务为目的，而主动同系统交互的过程；消息体系是系统对用户的状况反馈和提醒[3]；静态层则不仅包括任务流的交互结果和消息体系的反馈结果的呈现，在商业平台中还包括数据相关的可视化呈现。

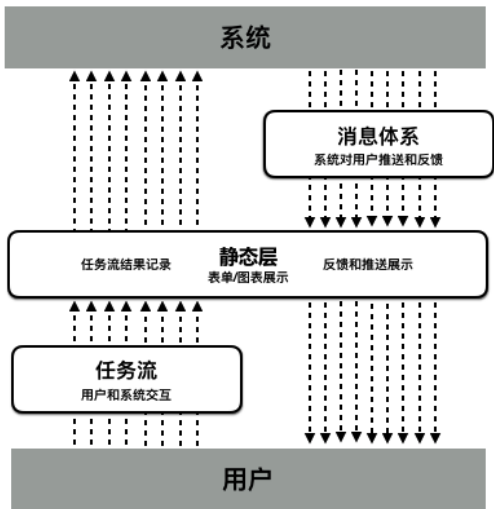


图 1 商业平台人机交互层面的三个重要组成

同时，这三部分还会有各自的优化方案，来使平台的整体体验达到一个最优状态。任务流调优，需要通过功能引导来提高操作效率或刺激消费；静态层，需要一个完备的可视化方案，所见即所得的让用户获取到想要的信息，并且帮助他们完成多维度对比；消息体系需要建立一套完善的对话规则，使系统与用户之间

在规则内有效沟通。

2.3 消息体系的建立原则

消息体系的建立原则主要从三方面考虑：

首先，反馈的敏捷性。在反馈性信息传递的过程中，信息效能与时间成反比逐渐降低，当传递时间延迟至用户判断结束，此时反馈信息无效化。另一方面，在人机交互场景下，反馈的敏捷性又和用户对系统的信任度有着密切的关系。所以，对反馈时间的高度约束，是消息体系建立的核心规则之一。新建任务表单的提交按钮被点击后，当前页面没有任何操作成功的反馈（虽然可以在新建任务列表里查找到）。账户余额不足时，没有即时提醒而是滞后提醒，导致用户充值不及时而带来经济损失。

其次，在相同的场景和任务中，建立消息语义表达的统一性。即相同层级的页面位置和相同任务诉求的情况下，从视觉和交互逻辑上一致来保持语义上的统一性，减少用户的认知成本。防止理解混乱。

最后，灵活配置不同目的下消息属性的权重与占比。根据不同的消息属性，灵活配置系统消息中体验与商业的权重占比。例如：在用户操作场景下，侧重决策引导，输出良好的体验；在非操作场景下，最大化推送，侧重商业引导。我们将在 2-4 中详细论述消息属性的分类方式。

2.5 消息属性的权重划分

实际应用中，以商业和体验来划分消息属性并不能完全满足场景需求。商业类消息具有不同的传播范围和受众。平台级的消息多以全局性传播为主，不挑受众，不需关联用户行为；任务级的消息多以定向传播为主，与用户和用户行为强关联。所以，引入传播范围能够更好的细分这些纷繁复杂的商业类消息，而体验类消息往往是根据用户操作而触发的，基本都属于定向传播。如图 2

另外，商业消息基本以产品推广、问题收集、活动策划、事件营销为主，体验类消息则更侧重对用户操

作上下文的指导。

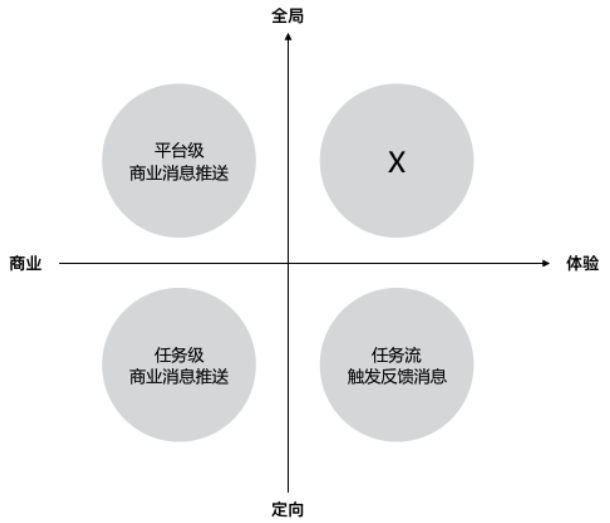


图 1 消息属性划分

2.4.1 商业和体验角度的权重划分

如图 3-1，消息体系的权重可以这样划分，商业利益相关消息，分为全局和定向推送，两者的区别主要是以层级和位置两个维度来划分的。以消息的层级及位置人群覆盖面积为划分依据，账户级别消息的人群覆盖面积大于页面级别大于模块级别；位置维度是导航消息权重高于首页消息，高于二级页面消息。所以在层级和位置维度，账户级别和导航级别更适合推送全局性的商业消息。

商业

商业利益相关全局&定向消息推送
权重: 层级 > 位置 > 展现形式
触发机制: 主动推送 (频次控制)

权重	层级	位置	展现形式		已有形式	推送内容	
高 							

图 3.1 商业利益相关全局&定向消息推送权重

在展现形式维度，除去一个不可能逃避的加载推

送，使用户进入页面以后首先就会被强制观看的消息形式以外，其他是按照视觉的角度去考虑的，视觉焦点是放在最优先的位置，然后是动态吸引和视觉尺寸，动态的东西对视觉的吸引能力是更强的，然后是视觉尺寸和颜色，如此去划分权重。在这个维度中，全局性商业消息多采用加载推送或固定置顶的方式，确保第一时间可以引起用户的关注。

另一边是体验部分，如图 3-2，首先按照时机将消息推送场景分为两个，前置性场景和后置性场景。前置性场景的体验类消息，多采用轻量级的交互提示，目的是进行事前的提醒和引导来防止用户误操作，提高操作效率。后置性场景的体验类消息，多为弹窗，醒目文字等方式的重量级交互提示，明确的指出用户的操作问题并给出系统建议。

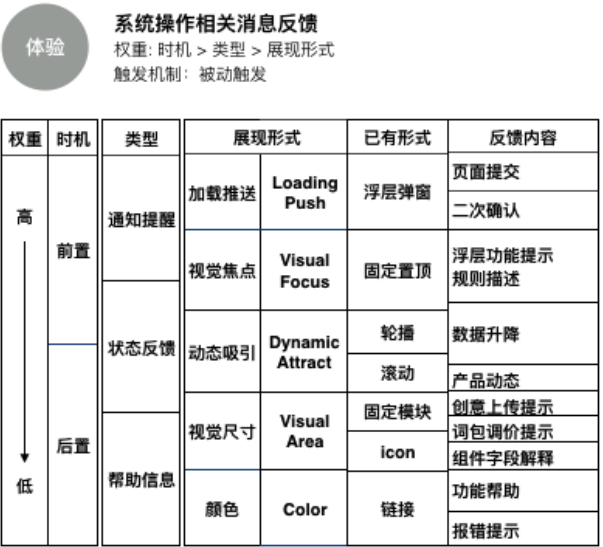


图 3.2 操作系统相关消息反馈权重

体验类消息类型维度分为通知提醒、状态反馈和帮助信息，通知提醒的展现优先级最高，因为系统是想要让用户知道的事，然后状态反馈是用户自己操作后得到的反馈结果，所以实际上帮助信息是最弱级的。

2.5 实际应用

如下是已在实际的商业平台中应用的页面框架，在实际的应用中已证明按照这种消息体系的方法论来指导设计，可以达到有效对话的目的。





3. 结论

研究了一个基于商业平台的消息体系方法论，通过消息体系建立的三个原则，反馈的敏捷性、消息语义表达的统一性、灵活配置不同目的下消息属性的权重与占比。同时，根据消息属性的权重划分，可以将消息推送分为商业全局维度、商业定向维度和体验定向维度，接下来又进行了层级、位置、展现形式、时机、类型等的进一步细分，这套方法论已在多个商业平台设计中进行实际应用，可以更好的帮助设计师建立一套完善的对话规则，使系统与用户之间在规则内有效沟通。

参考文献

- [1] 熊科军. 网页设计中的提示信息设计研究(J). 美与时代(上), 2015(2).
- [2] MOGGRIDGE B. Designing interactions[M]. Cambridge, Massachusetts: Mit Press, 2006.
- [3] PREECE J, ROGERS Y, SHARP H. Interaction design: Beyond human-computer Interaction [M]. New York: John Wiley & Sons Inc, 2002.