

嗨！ 你好 🙌

我是徐银高，一名重视产品思维的体验设计师

求职方向：UX/UI设计，交互设计



徐银高

UX设计师 · 10+年经验

出生: 1991年6月

学校: 上海师范大学

学历: 本科学士·视觉传达专业

电话: 187 1784 1584

邮箱: 865343308@qq.com

自我评价

- 擅长复杂系统解构，多个项目 0-1 设计经验
- 会做一点总结分享，[人人都是产品经理·优设平台专栏作者](#)
- 获得过 6 项设计专利

社交媒体

- 2021–2024年  <https://www.woshipm.com/u/827583>
- 2021–2024年  <https://www.uisdc.com/u/52604/publish/all>
- 2017–2020年  <https://dribbble.com/Igor-xu>
- 2017–2020年  <https://yingao.zcool.com.cn/>

工作经历

2014.3–2015.2 (1年) 上海邦臣会展有限公司	2015.3–2016.7 (1年3个月) 上海通优信息科技有限公司	2016.8–2019.2 (2年3个月) 上海思眭信息科技有限公司	2019.3–2021.5 (2年3个月) 九耶供应链	2021.6–2024.3 (2年6个月) 微盟集团	2024.7–至今 瞬联 (通力电梯)
平面设计 活动视觉 网页海报等设计	UI设计师 在线教育 需求制定 设计主导及落地	UI设计师 OTA产品 设计落地及跟进 数据大屏	资深交互设计 设计团队负责人 组建设计规范和标准 设计落地及跟进	资深交互设计 AIGC设计负责人 主OWN 3条业务线交互设计 主导多场产品用研分析 获2022年微盟价值员工	UX/UI设计 电梯安装项目主设计 需求分析及研究 业务沟通及落地

01

通力电梯安装 项目重构

流程整改、重构架构

02

MA流程画布 改版优化

提高效率、效果分析

03

企微裂变项目 体验提升

体验优化、提升转化

04

其他 重要成果

重要成果、总结

项目重构

电梯安装SFM (Smart Filed Mobility)

我的角色：设计主负责

团队成员：1项目经理+1产品+1.5设计+N开发测试

我负责内容：(1) 前期调研与需求分析；(2) 交互与界面设计

项目时间：2024.7–2025.3



项目背景

基本介绍

一款「电梯现场安装管理工具」，为项目现场人员，提供电梯从安装前、安装中到移交客户全流程指引，包括团队之间协作、以及管理工作事项的移动应用程序。



为什么重构？

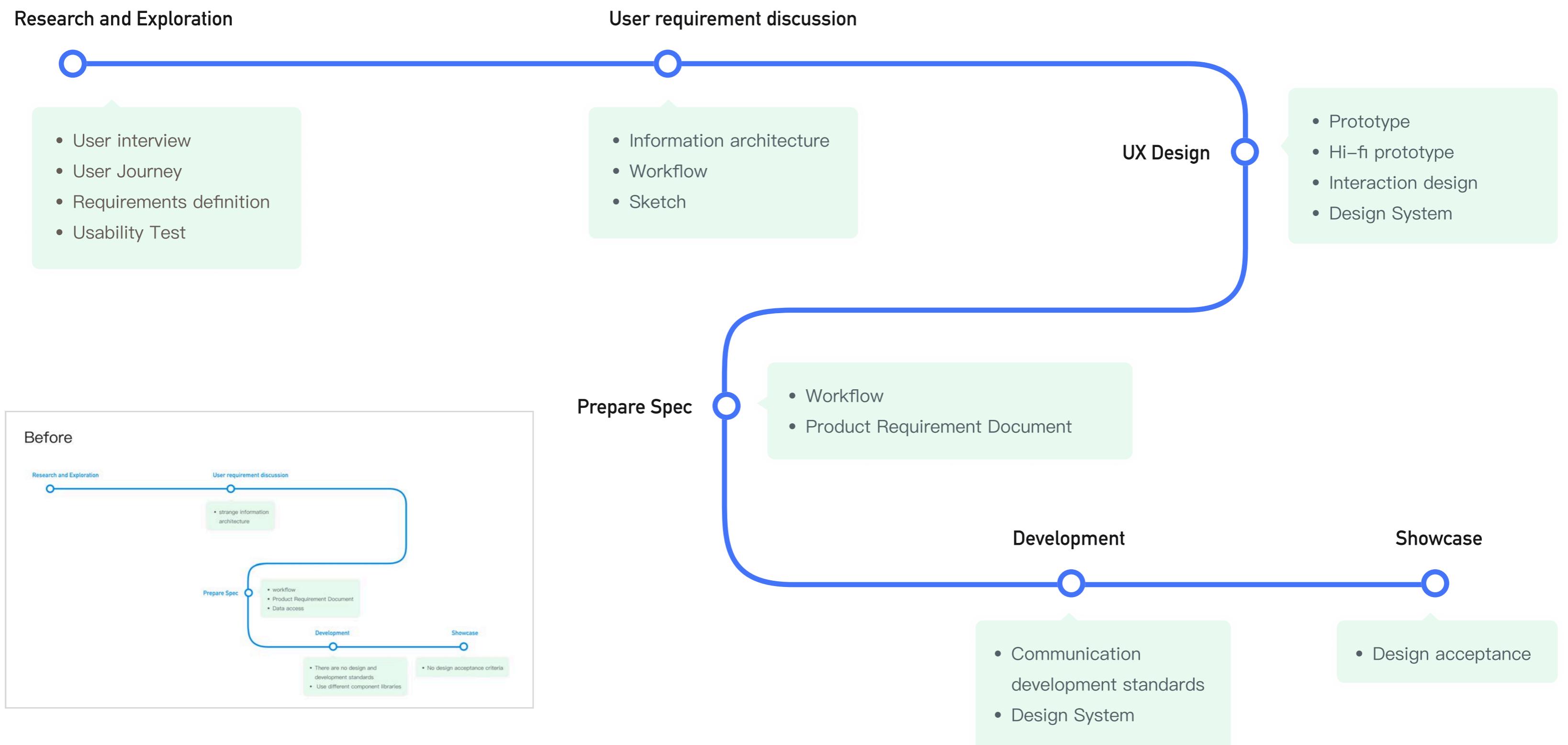
- 业务调整变化，旧系统难以满足，安装项目现场管理需要
- 旧系统架构老化，扩展及迭代成本高，不满足企业战略目标，即数字化转型
- 旧系统多年积累体验问题，用户诟病多，使用满意度低

维持
维持已有功能，以支撑业务开展
改善
改善原有APP不合理的体验



新增
增加大幅提高用户效率功能
闭环
核心步骤线上化，形成主流程线上闭环

设计师加入团队后的变化

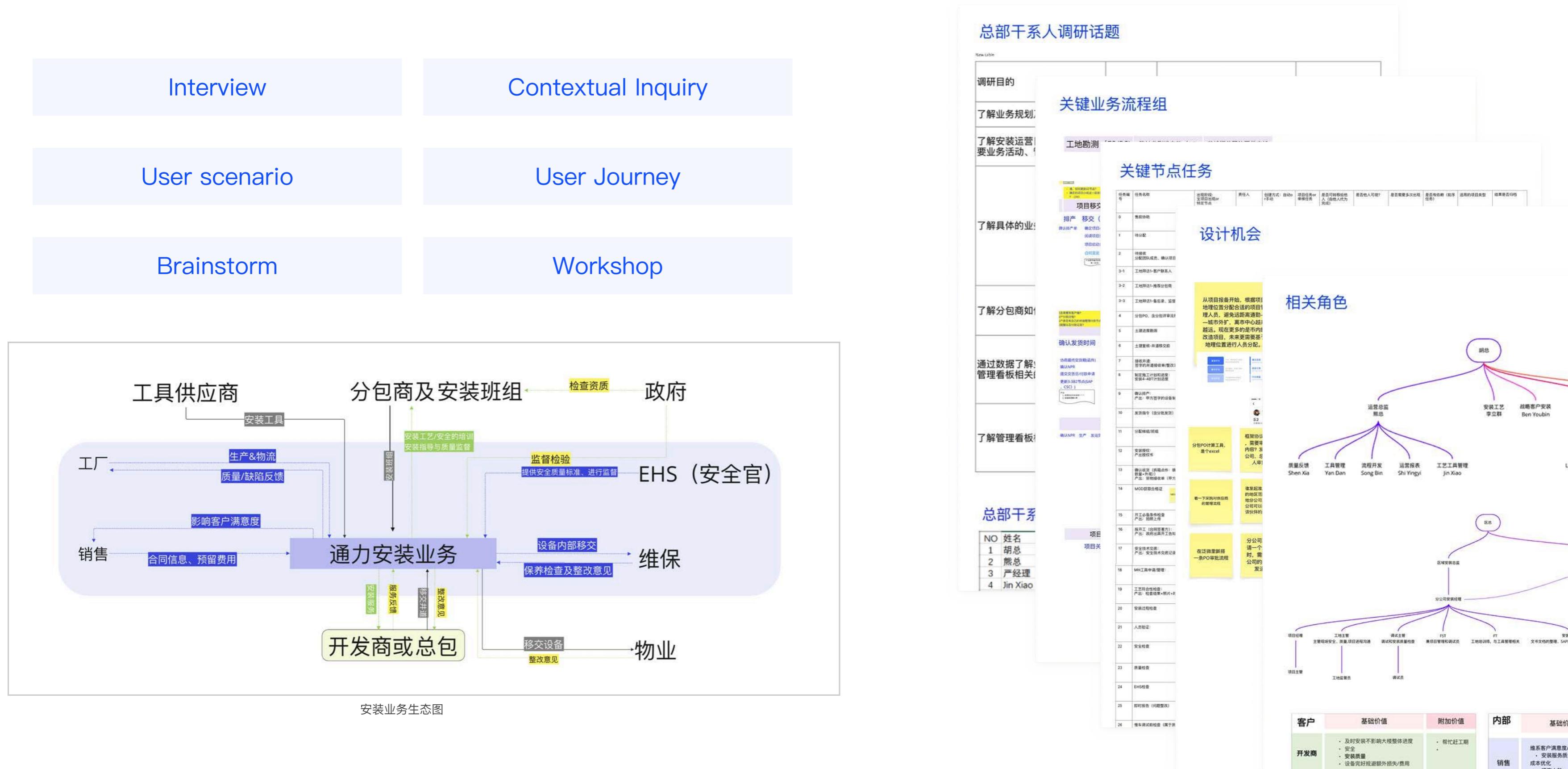


如何打造以用户为中心的产品？

SFM 通力在握



Research



Research

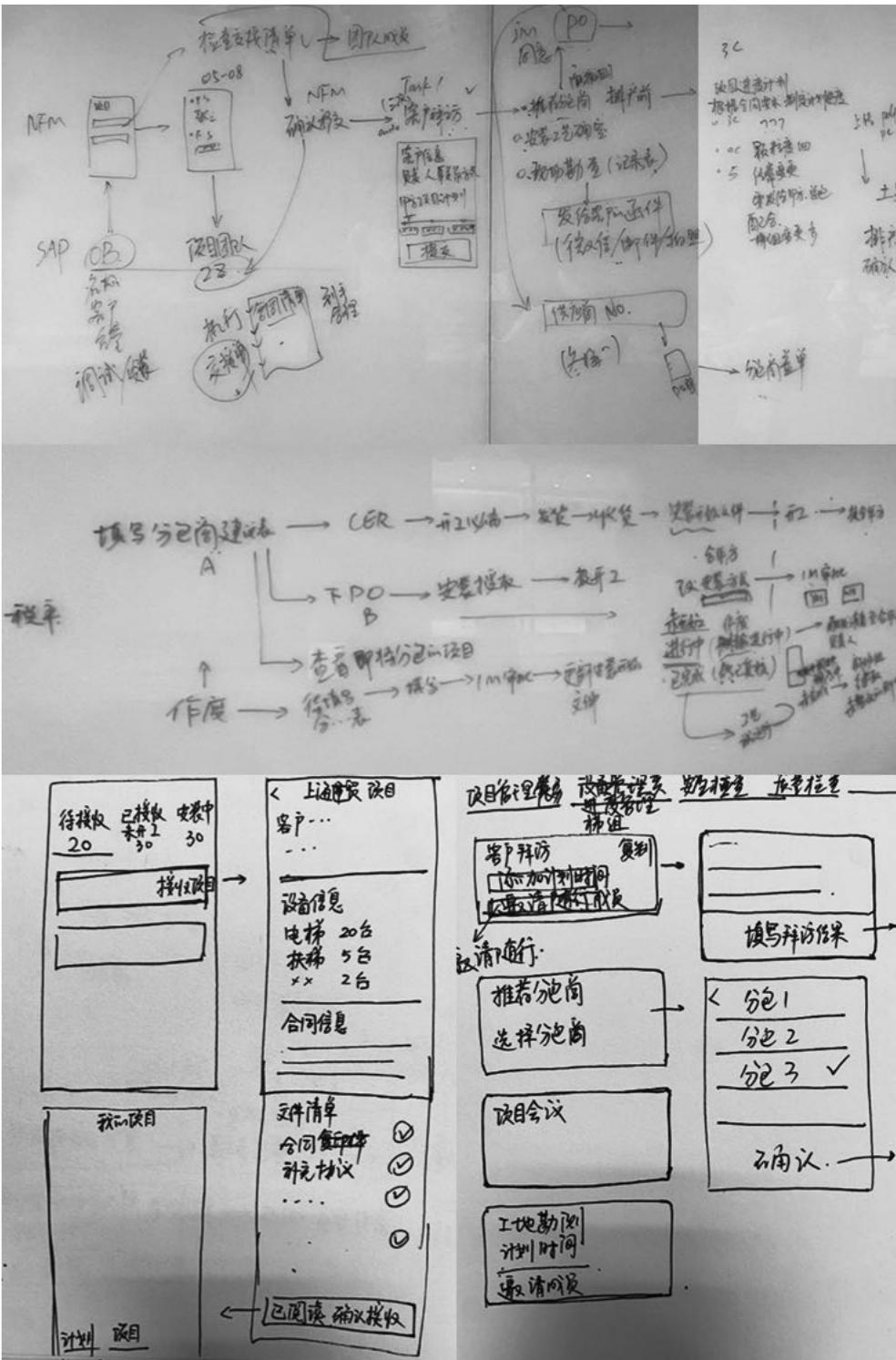
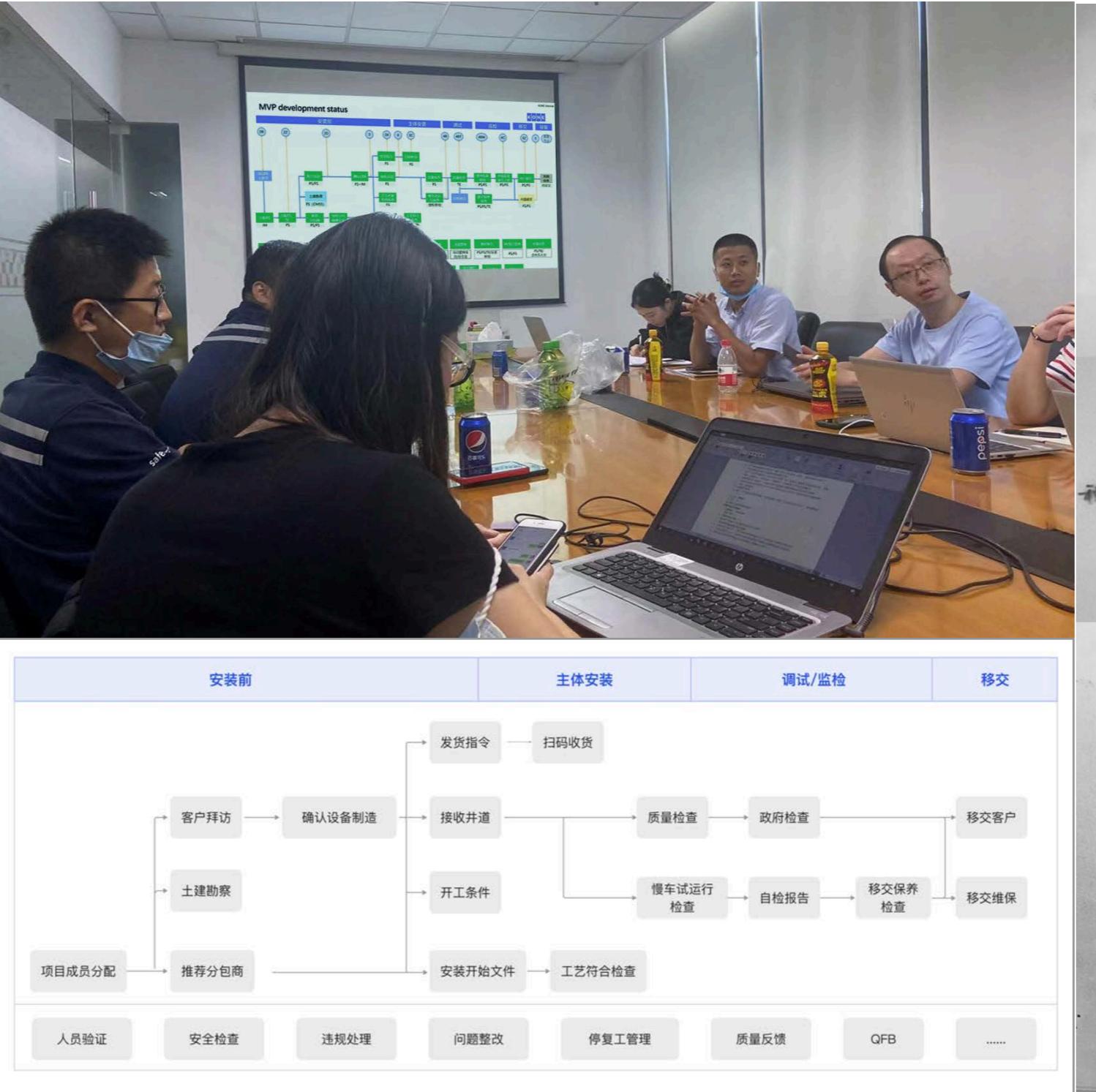
Interview

User scenario

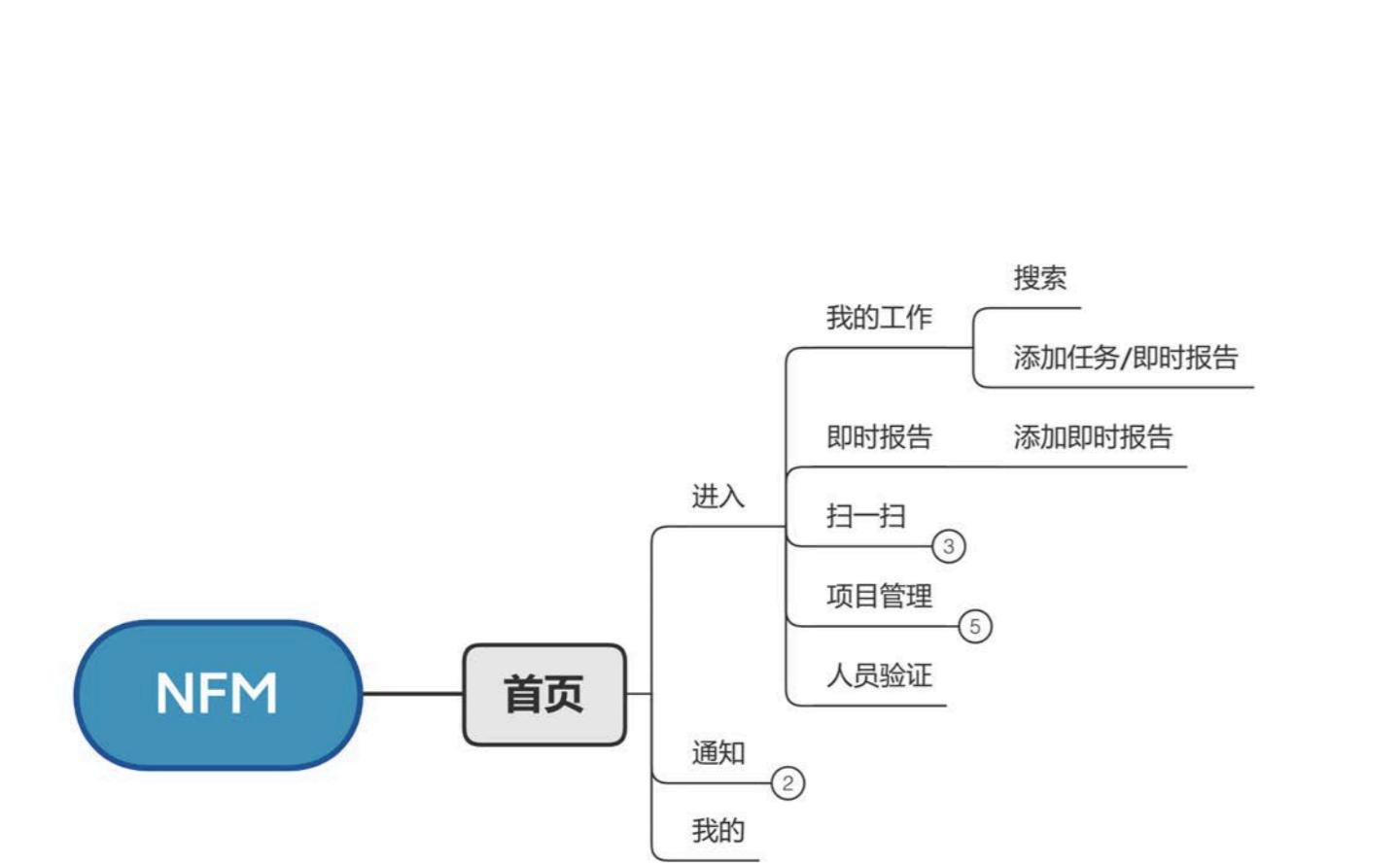
User Journey

Brainstorm

Workshop



Information Architecture

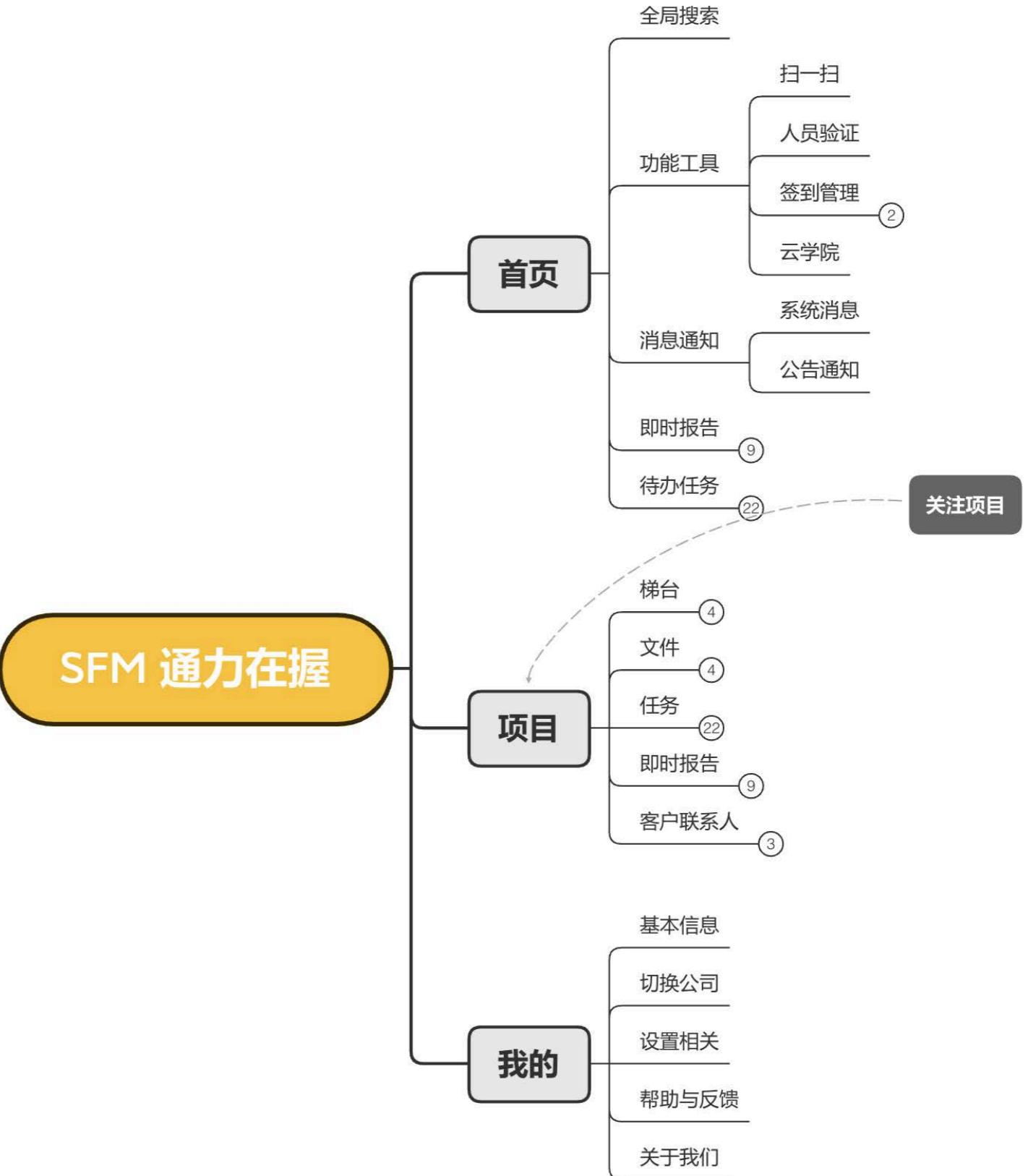


NFM

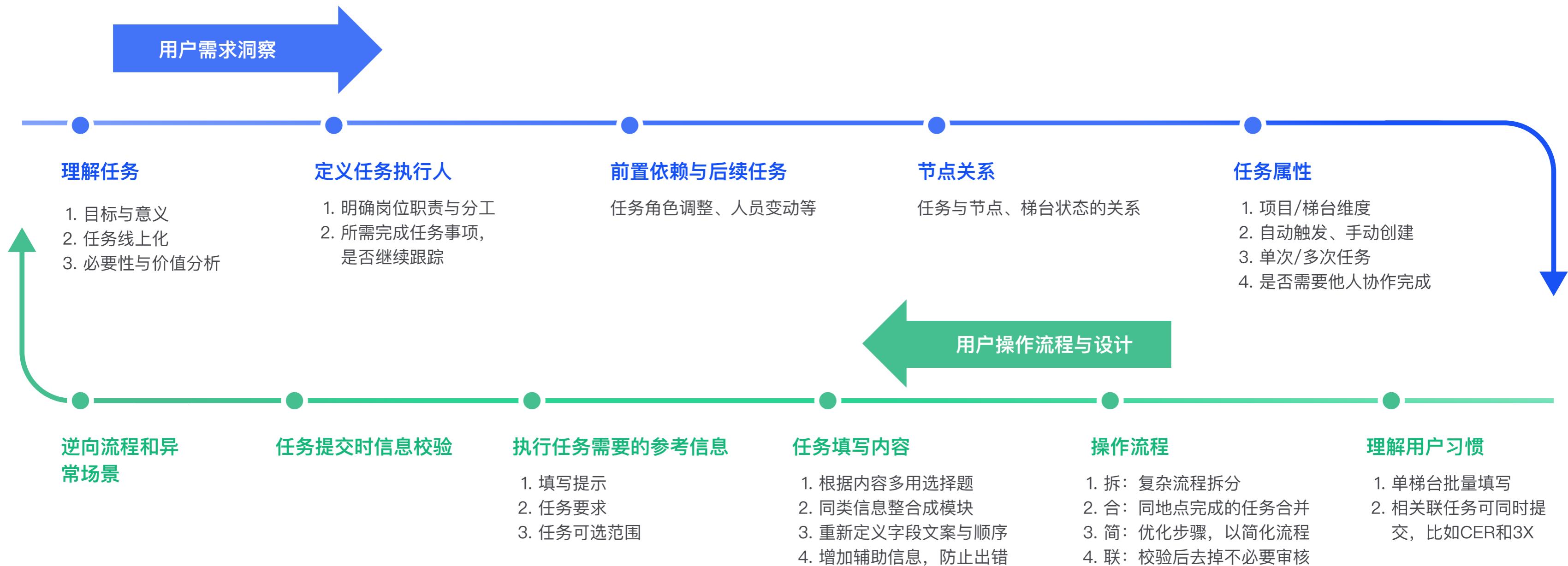
信息架构扩展性较差，功能模块无序堆砌，难以适应新功能加入

SFM

基于调研、用户流程，重新梳理信息架构，构建了一个可拓展的、稳定的架构，不仅仅框架清晰，未来迭代中很容易添加新功能。



20+主流任务，设计策略SOP化



工作模式升级，从手工录入到系统自动推送



根据用户流程重新设计导航入口

重新定义用户场景

- ◆ 一个首页，覆盖所有工作
- ◆ 所有待办，简化复杂，单线思考，使用便捷

根据用户角色重新定义工具入口



SFM 通力在握

归纳「拆·合·简·联」四法，快速一致提升用户体验

任务链路长

客户阶段拜访中，多任务填写的情况

梯台操作多

激活梯台操作项，选择梯台相关操作按钮

框架信息多

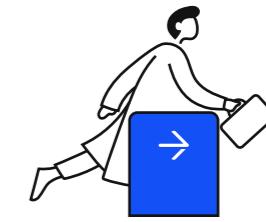
项目梯台详情内容字段多，体验问题复杂度高

待办任务多

任务和即时报告的互联互通，引导创建即时报告

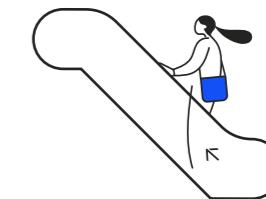
拆

拆分任务
分步引导



合

合并流程
强化逻辑



简

简化字段
渐进披露



联

关联引导
互联互通



安装开始文件流程线上化，任务闭环

新功能

Before: 复杂

线下填写字段多，协作流程长，逆向流程复杂



After: 简化

填写内容从14类简化8类，协作流程变短，可逆向且操作简单



待办任务

— 多选设备

自动带入

一 填写提交

— 查看状态

可逆向退回

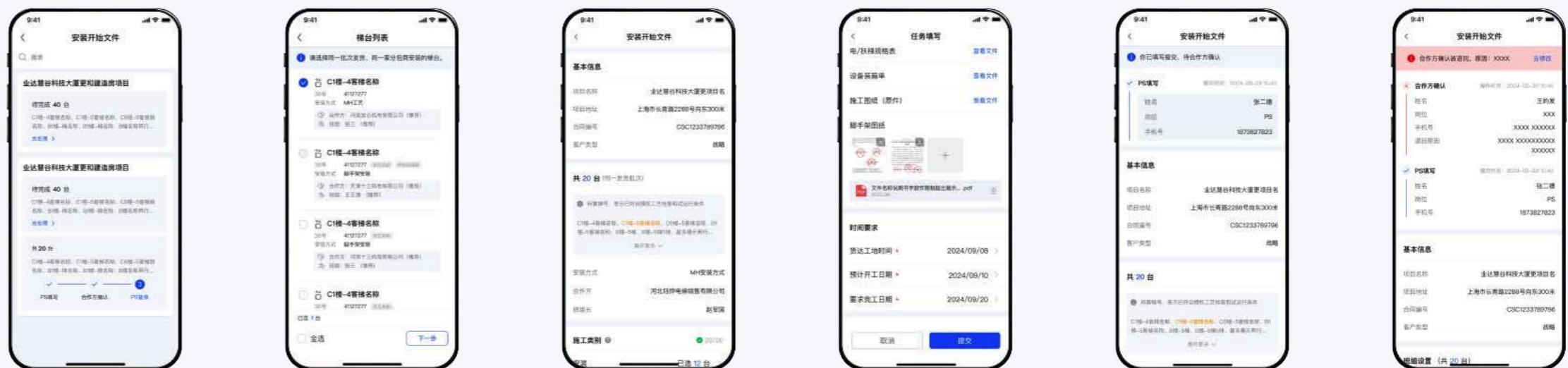
新的设计流程

拆：实际开工日期填写拆成单独任务

合：施工内容与施工类别一起填写

简：安装工信息由填写工资资料自动匹配

联：任务流紧密关联，退回实时消息



即时报告与任务互联互通，协作更紧密

升级后

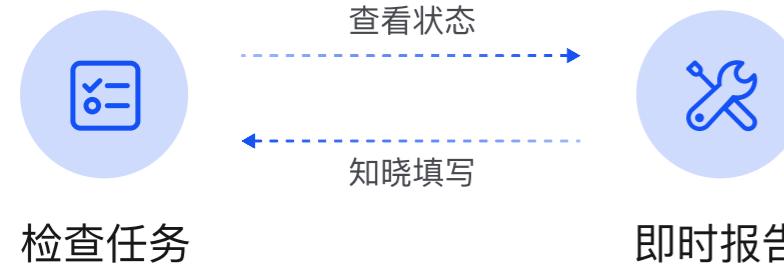
Before: 任务独立，信息割裂

任务和即时报告相互独立，两者没有对应关联，整改人无法知晓即时报告，对应任务填写数据情况



After: 关联引导，互联互通

安全检查、质量检查等检查任务和即时报告强关联，检查任务下，可直接查看即时报告执行情况



检查人员整改完成
可重新填写

多人员验证，不仅仅是效率提升

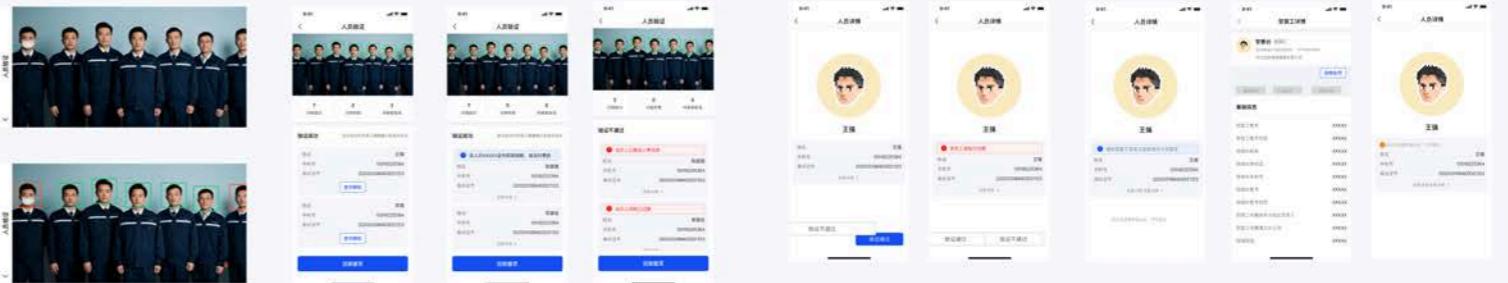


从之前单人验证到现在的多人验证

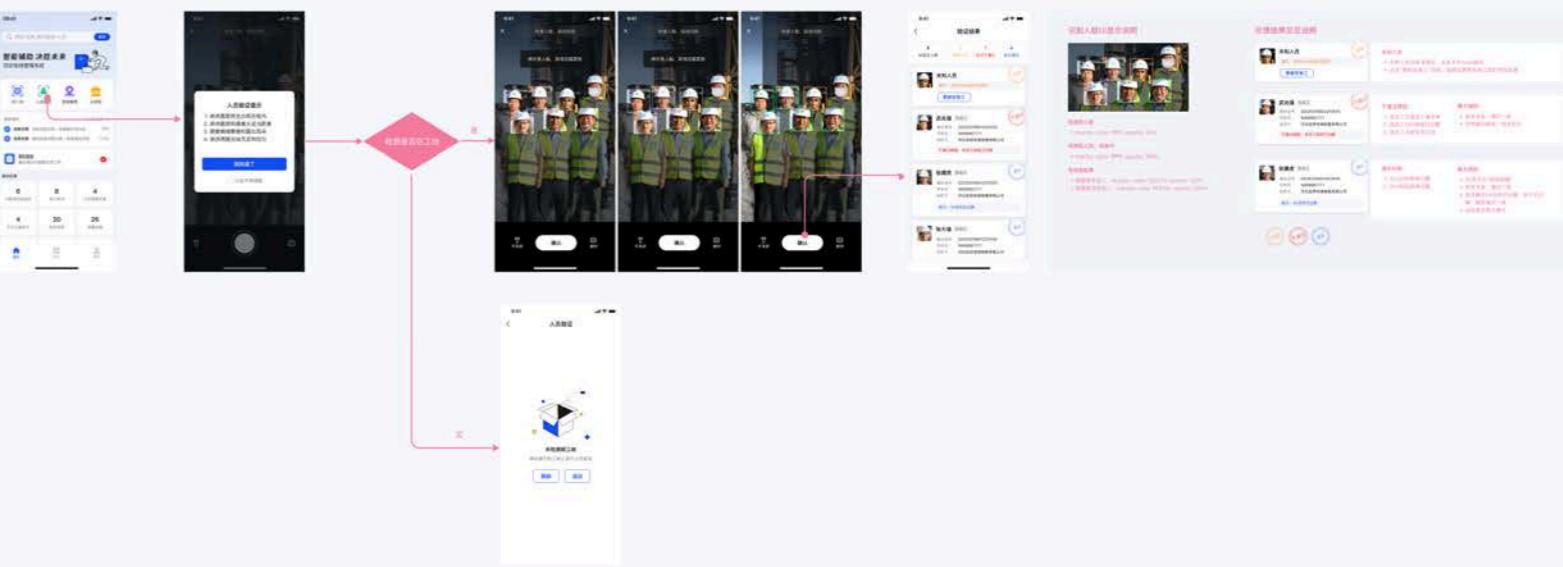
V1.0 无效的签名



V2.0 烦冗的操作和提示



V3.0 流程简化，只需一步



探索更多可能性

清晰的时间节点，任务链路打通



整合统一，信息直观，单手滑屏

- 节点/任务分离，节点触发一目了然
- 不仅仅直接去完成任务，可查看当前任务未触发的原因

NFM

- 不仅仅需要手动录入，横向滚动的交互单手操作不方便
- 新手记不住20+节点中文名称



Design Principle–mobile

Asset

Icon library: A collection of icons for various design elements.

Text styles

- Body 14
- Ag Regular · 14/22
- Ag Medium · 14/22

Button

Positive

- 提交 (20/300)
- 确认
- 去执行
- 暂存

Negative

- 不通过
- 取消
- 撤回

Illustration

Illustration

Icon library: A collection of icons for various design elements.

Effect styles

Drop Shadow

- 1
- 2

Component

Mobile application interface components:

- Notification card: 安装工张三峰动慢车授权已取消 (2024-12-31)
- 即时报告: 最好用的问题整改项工具 (40+)
- User profile: 张大拿 (班组长 慢) - 河北钰烨电梯销售有限公司
- 四川凌创智汇科技有限公司: 账号有效期: 2026-03-05 (审批中)
- 筛选: 筛选 ②
- 完成确认: 确认时间: 2024-10-28 10:30 (确认人: 张大仙)
- 整改信息: 提交时间: 2024-10-14 12:30 (图片: 3 images, 备注: 连夜加班整改, 任务完成)
- 日历: 一周视图 (8-12月)
- 筛选: 确认

Modules

Project management modules:

业达慧谷科技大厦更和建造房项目 (100台)
MOD 战略 安装合同 商场零售
销售员: 李大昭 18717841584
项目地址: 江苏省昆山市玉山镇古城中路88号
约定工期: 2024/08/24 收款进度: 0%

任务名称 (未开始)
Item1 业达慧谷科技大厦更项目名
Item2 L1B 栋楼地下
Item3 2024-12-24 12:20

C楼-L2
Item1 41127277
Item2 MH工艺这是一段很长的文字
合作方: 河南加仑机电有限公司 (推荐)
班组: 张三 (推荐)

筛选

人员: 已选择 3 人

状态: 未分配 (6) 初期跟踪 (4) 项目跟踪 (2)

建筑类型: 商场零售 普通住宅 医疗系统

两轮用户测试验证/优化

测试关键点：

数据权限范围，引起使用者困惑

不同任务入口进去，返回路径不清晰

人员变动、修改带来的任务变化



上海分公司用户测试



现场TE

序号	系统	问题截图	问题描述	优化方案描述	问题类型	是否出设计	优先级	整理人	设计跟进	排期	备注
1	系统		项目列表、前台列表加载时间过长，预计长达10秒	1. 骨架图增加进度字样 2. 开发性能优化	体验优化	解决	P0	xu yingao	xu yingao	Sprint 2507	
2	APP		任务：即时报告上传图片、查看详情图片加载时间过长	开发性能优化	体验优化	解决	P0	xu yingao	xu yingao	Sprint 2507	
3	APP		任务提交、完成后，返回到首页。列表页面没有刷新，需要拖拉页面才能看到	所有保存，提交任务和即时报告，返回上一页面都需要刷新	体验优化	解决	P0	xu yingao		Sprint 2508	
4	APP		项目搜索，点击“搜索”后，没法取消键盘了	我的计划稿。两种优化方式，一是搜索旁边增加“取消”按钮，二是点击搜索结果的页面	体验优化	解决	P0	xu yingao	xu yingao	Sprint 2508	
5	APP		首屏排序问题。日期是按照数据排序的，用户在完成任务的时候，卡片排序一直在变化，且当前排序不符合客户对于节点任务顺序的认知	按照节点卡片排序	体验优化	解决	P0	xu yingao	xu yingao	Sprint 2508	
6	APP		项目搜索，点击“搜索”后，没法取消键盘了	技术方案上需要在沟通确认一下	体验优化	解决	P2	xu yingao		Sprint 2508	
7	APP		关于任务是不是要及时更新的问题。现在问题是用户上一个节点任务完成了。下一个节点还是看不到这个样		体验优化	解决					
8	APP		项目详情中的任务不按照当前节点展示任务，查找任务麻烦	根据当前的前台节点展示对应的任务内容	体验优化	解决	P0	lai chuanan	lai chuanan	Sprint 2508	
9	APP		项目详情中的任务不按照当前节点展示任务，查找任务麻烦	数据权限隔离，分配项目成员，只展示和自己项目相关的PS、TE	体验优化	解决	P0	xu yingao	lai chuanan	Sprint 2508	
10	APP		【分配项目成员】PS疑惑为什么整个上海分公司的人能看到，他只关心和自己项目有关的PS、TE	1. 文案优化 2. 增加分包字段，先分包再选择安装工	业务问题	解决	P0	xu yingao	xu yingao	Sprint 2508	
11	APP		【分配项目】不理解是否为固定分包商，和固定分包商，选择安装工时不固定分包商	增加任务卡片，以及任务的详细页面	体验优化	解决	P1	xu yingao		Sprint 2508	
12	APP		【分配项目】选择项目时候，任务链路不通	增加项目进度状态	解决	P1	xu yingao				
13	APP		【分配项目】，点击“暂存”后，返回上一页，疑惑任务没有了。需要刷新后才能够看到	增加刷新页面	解决	P1	xu yingao				
14	APP		【安全检查】如果选择的MM，在检查项目时，需要点MM底部手柄，有部分题目，还需要再点“不适用”	需要点MM底部手柄，点MM底部手柄，还需要再点“不适用”	解决	P1	xu yingao				
15	APP		【客户联系人】添加按钮不清晰。现在是灰色的，用户不知道是可以点击的	修改成蓝色按钮	解决	P1	xu yingao				
16	APP		【项目详情页面】文件下只显示了数字“0”。提示不存在数据	UI排版优化，加提示“暂无资料”	解决	P1	xu yingao				
17	APP		工艺符合性检查，现在工艺是必填项，无法提交	工艺只是展示项	解决	P2	xu yingao				
18	APP		【质量检查】用反光镜拍的infr检测题目，经常出现几百道题填写，安装软件奔溃了	针对SFM考虑检查填写实时缓存	解决	P2	xu yingao				
19	APP		安装开箱文件，选择合作者负责列表人，不知道谁要是说入的公司名称		解决	P2	xu yingao				
20	APP		建议对经验丰富的项目经理和其他项目经理分别设置，比如经验丰富的项目经理比其他项目经理更熟悉，增加经验丰富的项目经理	改更为精确的提示文案	解决	P2	lai chuanan				
21	APP		TE【安全检查】做题目时对分类目录不是很理解，期望客户看具体类目内容	可以考虑增加锚点定位tab，即展示内容，也可以直接选择	解决	P2	lai chuanan				未作锚点
22	APP		TE【工艺符合性检查】添加操作台箭头点击区域，点击无反馈	考虑各地工作人员，手指头的工作原因，扩大相应的点击按钮	解决	P2	lai chuanan				
23	APP		TE【试验项目】前台选择业务应用单台连接，我们多选择台连接，我们多选择台连接	后台选择单选	业务问题	解决	P2	lai chuanan			
24	APP		FS【生产指令】在提交时【是否收到领料】与【是否申请领料】改为相关关系	对SFM考虑检查填写实时缓存	解决	P2	lai chuanan				合并至红云需求
25	APP		FS【并盖章】现提交给客户的“客户签字接收函”文案变更，需与前盖章一致		解决	P2	lai chuanan				
26	APP		开屏图案来不及看清		解决	P2	zhu hongyun				
27	APP		订单号在界面上的比重需要优化	多so订单头部	未解决	P2	zhu hongyun	lai chuanan			具体指哪些界面
28	APP		修改后的输入后稍需要裁剪		解决	P2	zhu hongyun				后期隐藏的时机？是否有前置条件，如：业务要
29	APP		分配PS、TE的页面合成一个页面，不一定非得分成两个。建议PS、选择TE	考虑外侧有两个口子，和其他任务交互一致	未解决	P2	zhu hongyun	lai chuanan			删无
30	APP		前台找过滤器，需要加上进度过滤器		解决	P2	zhu hongyun				
31	APP		筛选器需要提示选中了几个条件，以及弹出来多少设备	筛选器按钮发生变化，按照设计稿来做	解决	P2	zhu hongyun				
32	APP		迁移权限于数据	未解决	P2	zhu hongyun	lai chuanan				
33	APP		公告发布前的预览	移动端场景展示，手机横屏，点击图片可预览放大	未解决	P2	zhu hongyun	lai chuanan			
34	APP		每个任务里设备的时段还需要有设备筛选器	未解决	P2	zhu hongyun	lai chuanan				
35	APP		后台管理菜单栏，备注栏支持单行输入，需要更谨慎	具体内容?	解决	P2	zhu hongyun				2509?
36	APP		客户拜访的内容优化	业务问题	未解决	P2	zhu hongyun				
37	APP		紧急时时报告（涉及媒体）	业务问题	解决	P2	zhu hongyun				
38	APP		已完成任务的修改	正在设计修改分包商建议表的方案	未解决	P2	zhu hongyun				需要明确哪些任务可修改
39	APP		全局搜索，匹配关键词未亮起	全局数据权限、搜索产品互交问题，重新沟通	产品需求	解决	P2	zhu hongyun			1
40	APP		调试员在做质量检查任务时，无法输入平度度数	输入支持“-”，前缀计算	体验优化	解决	P1	zhu hongyun			
41	APP		开工必备条件检查，是否需要限制前台单选	业务问题	未解决	P2	zhu hongyun				确认条件，无需填写

用户测试问题记录

从上海至全国推广

历经 8 个多月，我们于25年3月份正式上海试点推广，后续我还会将 SFM 推广至华东区域，直至全国，那时将会有 2W+用户使用我们的产品



项目挑战

01 – 小众项目，高度垂直行业

电梯安装工程，业务垂直，功能模块多、零散，前后任务依赖流程高度定制化

02- 项目时间紧张，需求变更快且决策长

时间紧张、决策多变，设计、开发同步进行，对于设计方案需要平衡和取舍

03 – 跨系统、跨部门协作

需要和其他系统对接，系统数据强依赖其他业务部门的系统

04 – 体验更佳的交互方式探索

迭代快，需要在多种限制条件下找寻更适合的交互，而不是最优的设计方案

总结思考

先完成再完美

这是一个非常垂直且小众的业务，业务复杂且涉及角色众多，我们需要在迭代中了解业务，在迭代中再去完善细节。

权衡好管理者和用户

许多任务流线上化后，在设计时，既需要满足管理者的管理需要，同时也需要满足线下用户真实环境的操作，这需要做好这两者间的权衡。

未来规划

持续改善

- 在可用、有用的基础上变得好用且贴心；
- 思考自动化、智能化，挖掘更技术应用的场景；
- 联接更多外部系统，提供交付阶段必要的信息。

场景验证

- 体验优化常态化，每次迭代中加入设计优化
- 增加易用性测试，分析用户使用情况
- 定量分析，增加数据埋点，便于后续体验管理

设计沉淀

- 组件拓展，场景整理与拓展升级补充组件及完善优化
- 交付提质提效，推进自查表等设计工作使用
- 经验输出沉淀

02

MA营销自动化

流程画布改版

使用易用性提升

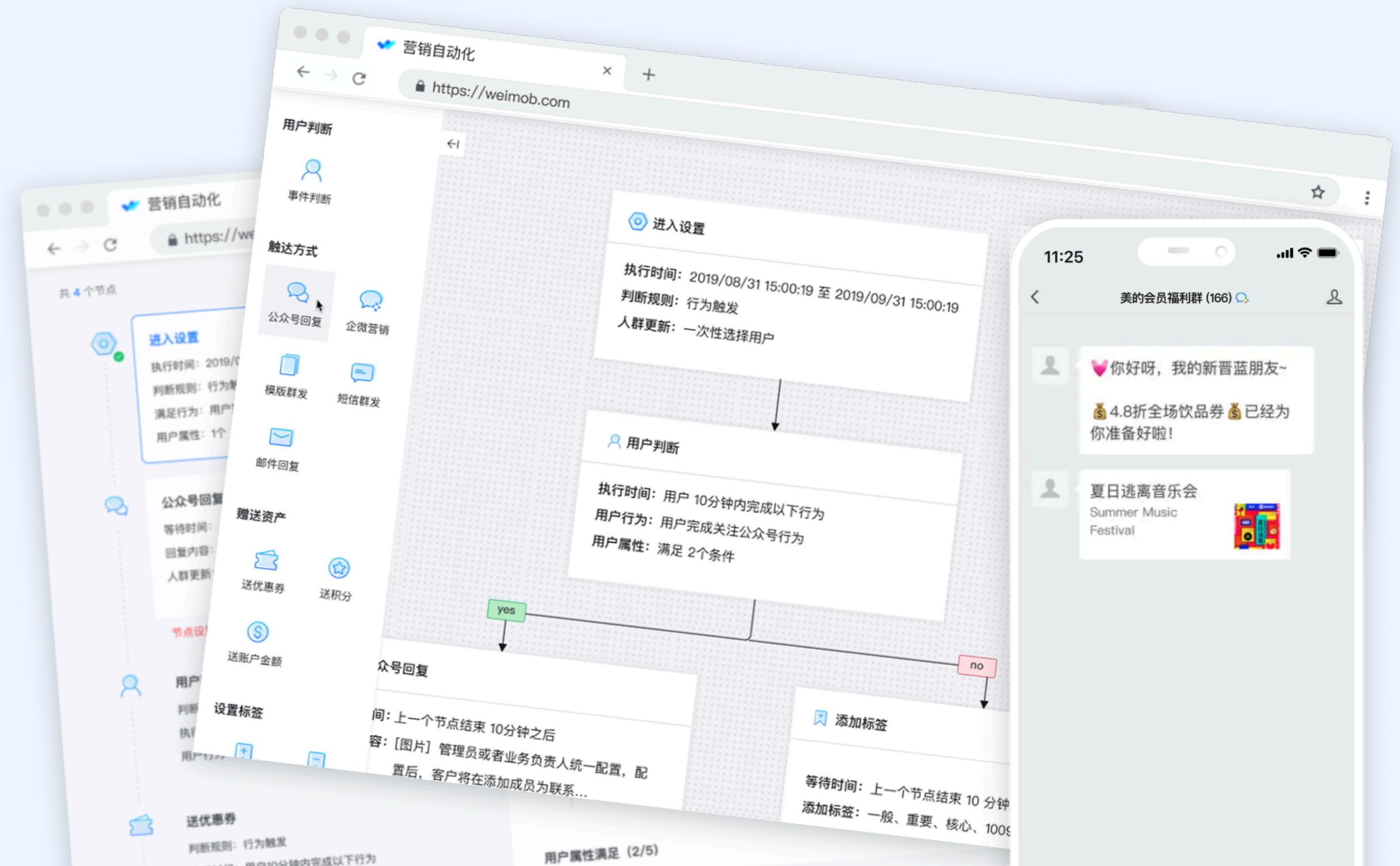
40.8%



项目设计价值
设计驱动



我的角色
设计主负责



项目背景

MA营销自动化是一款精准个性化营销工具，它可帮助商家精准筛选目标客户，分析用户行为数据，帮助商家优化营销策略，提升转化效果。



为什么改版

过去几年产品MA产品未做升级，工单投诉引起质变，交互操作和主流产品严重脱节；产品即将商业化，需要解决新涌入的客户使用体验问题



改版目标

- 提升产品使用体验。做一次整体的产品体验分析，提升产品易用性，提升用户满意度
- 满足新客体验需要。产品入手门槛较高，需要解决中小新商家入门需要

设计流程

前期调研

机会点

设计方向

设计方案

跟踪落地

运营反馈
可用性测试
竞品调研

设计机会点

产品目标
设计目标
竞品分析

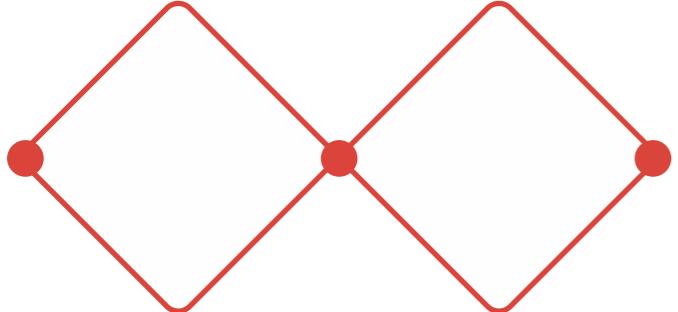
方案产出

总结

发现&研究

执行思路

从了解、抽象，再到具体



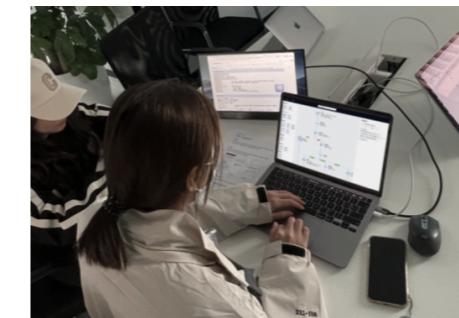
发现问题 → 挖掘机会点 → 收敛方案

具体实施

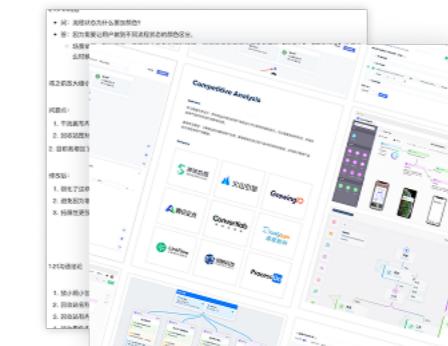
步骤1



步骤2



步骤3



步骤4



专家式走查

重大问题 7%
主要问题 38%
轻微问题 55%

可用性测试

看看用户怎么做
6份用户测试报告

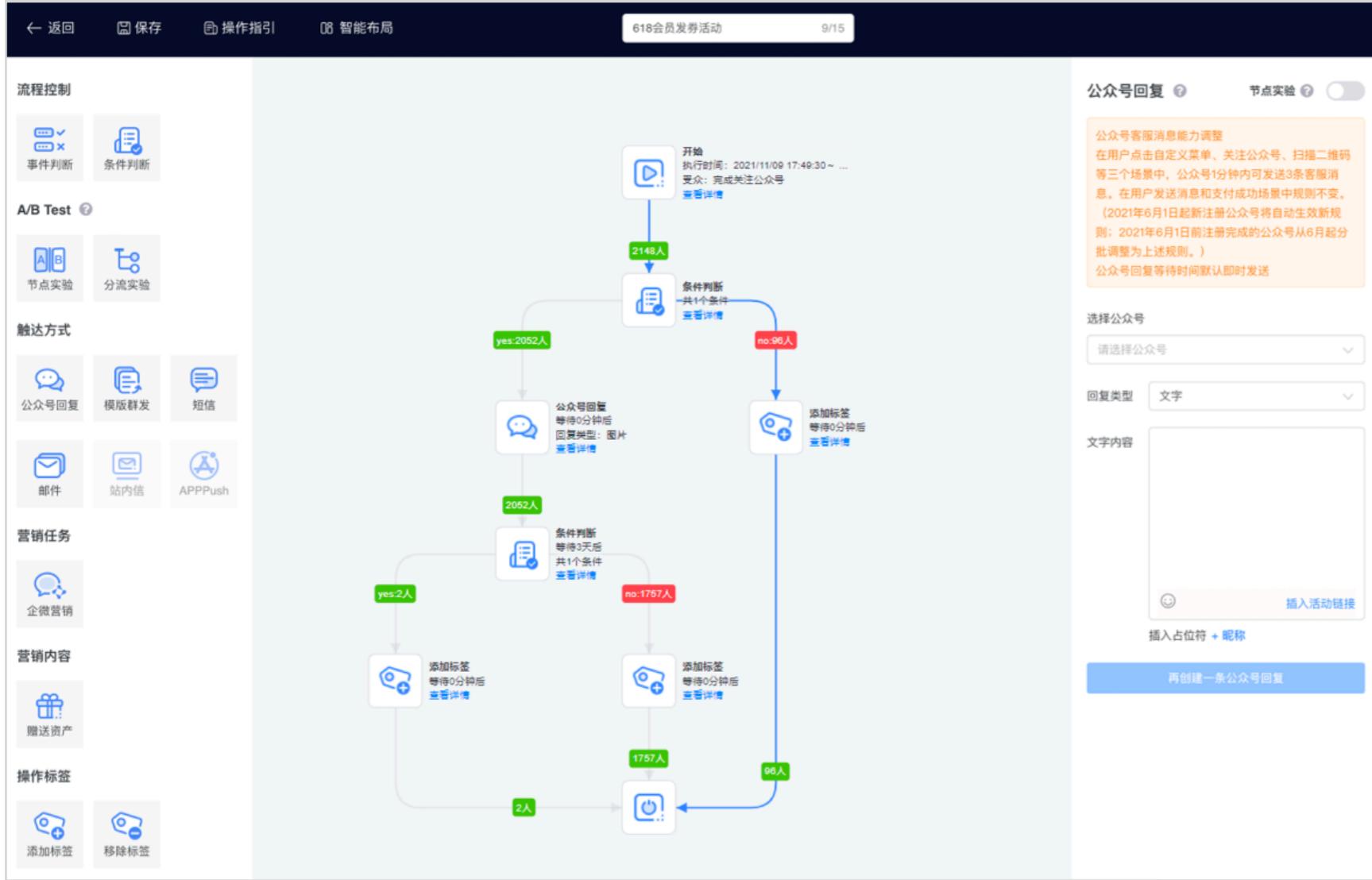
竞品调研

10+竞品调研，机会点挖掘
机会点：画布/配置大区域，节点之间耦合连接

快速定义

快速小组沟通
聚焦问题，收敛方案

问题总结



修改前

需求不满足

流程画布有效信息不足，且搭建过程使用不便
新手用户从0-1搭建难度极高，需具备专业的MA知识

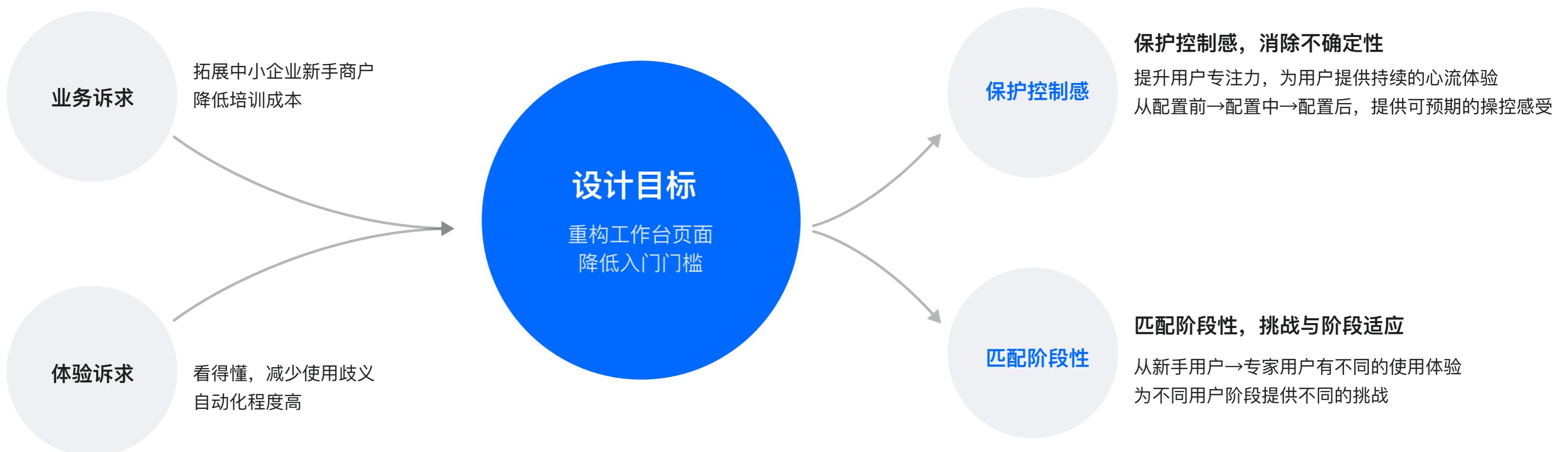
操作反馈问题

画布流程使用连贯性问题，交互无感，包括使用前、中、后
流程画布过于灵活，节点多出现流程线混乱，无法识别

信息点之间孤立

平铺的节点信息过多，内容设置区域小，获取有效信息困难
相类似信息重叠度高，未作整合

设计目标



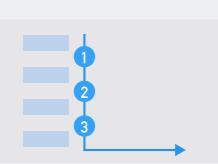
保护控制感：配置前

配置前 配置中 配置后

给用户熟悉的界面布局



导航一致。和WOS一致的操作习惯 全局操作按钮，隐喻明确



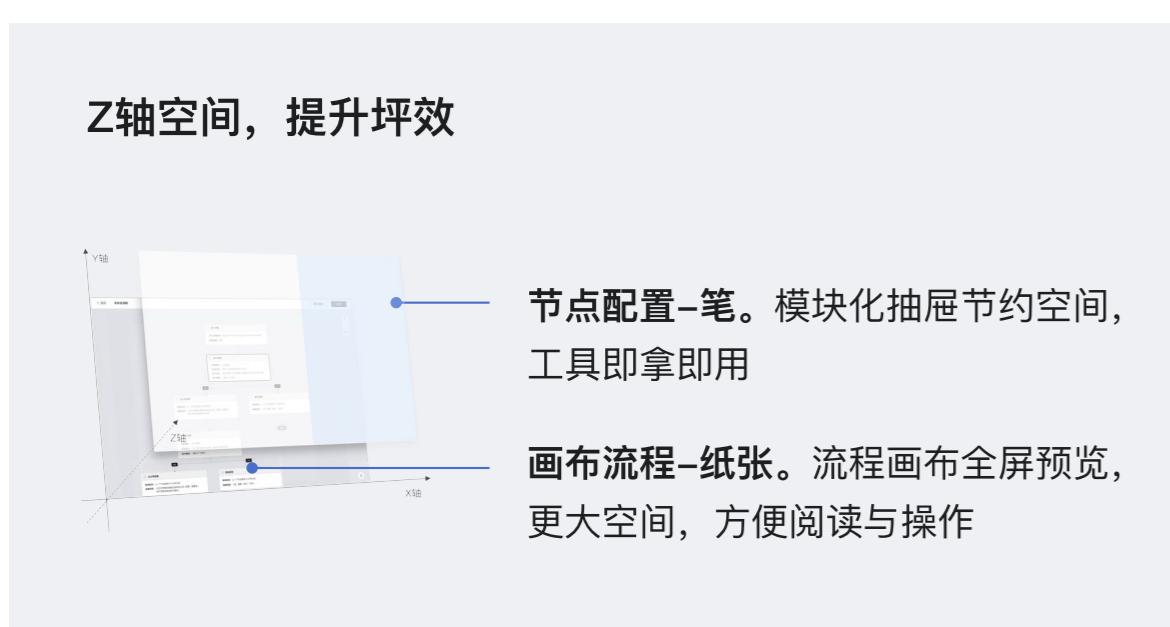
视线流。按照MA营销策略，重新编排组件顺序 从左到右，从上至下



工作区右手操作。更大的屏幕区域面积，靠近右手 鼠标操作，方便快捷



Z轴空间，提升坪效



节点配置-笔。模块化抽屉节约空间，工具即拿即用

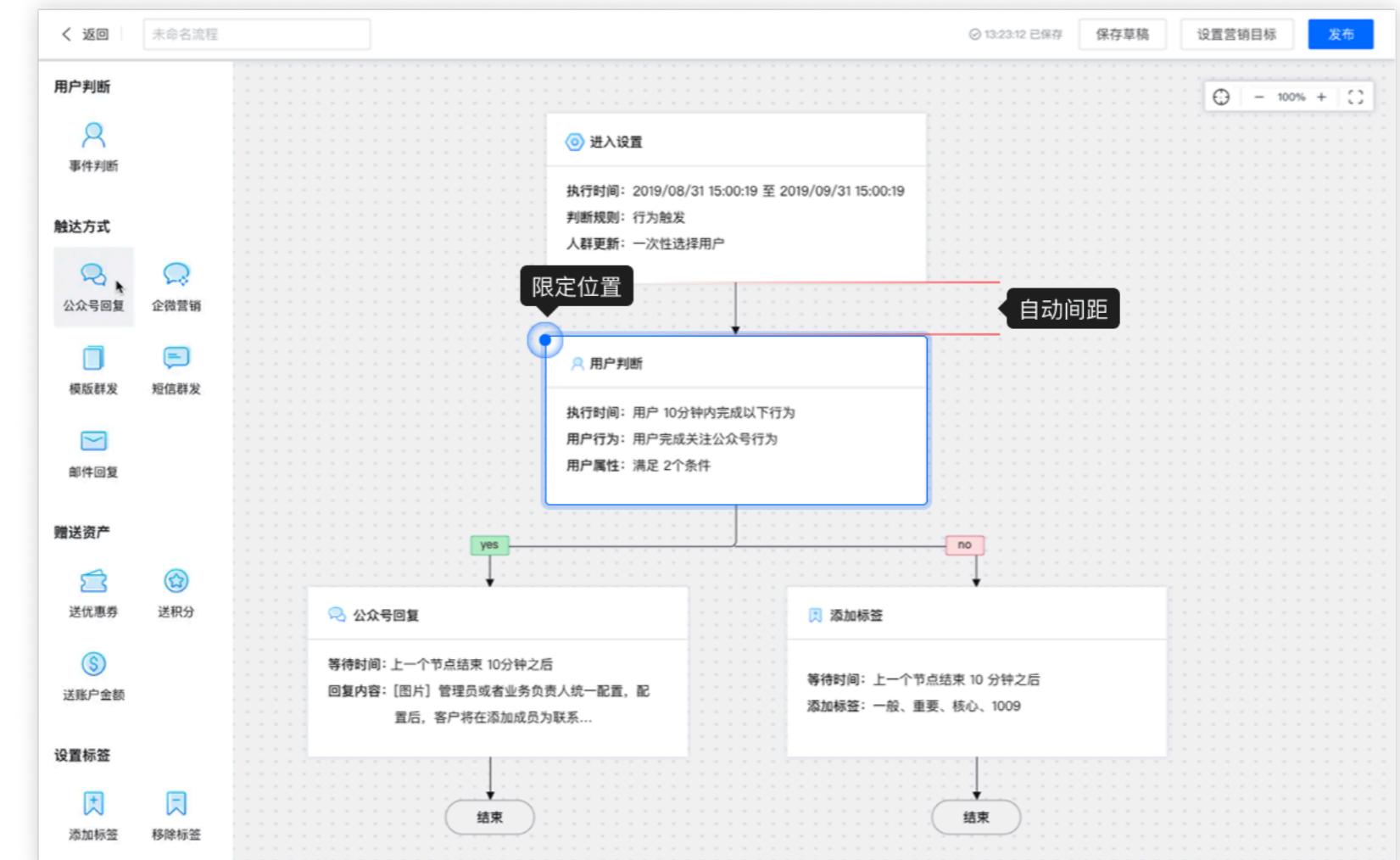
画布流程-纸张。流程画布全屏预览，更大空间，方便阅读与操作



全新框架布局调整

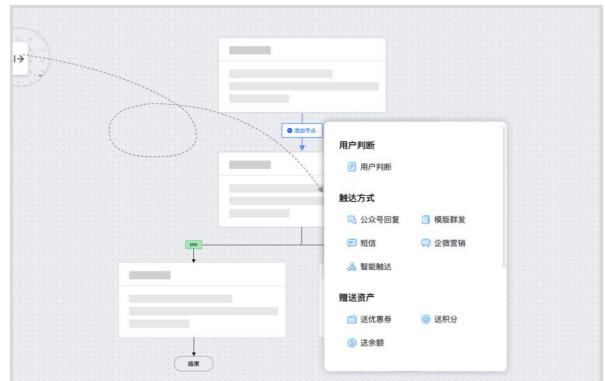
框架结构清晰，更大的画布空间

自适应卡片布局，规避过于灵活带来的繁琐和错误操作，无需手动调整，自动判断距离



保护控制感：配置中 |

全屏收起，维持投入感，减少干扰



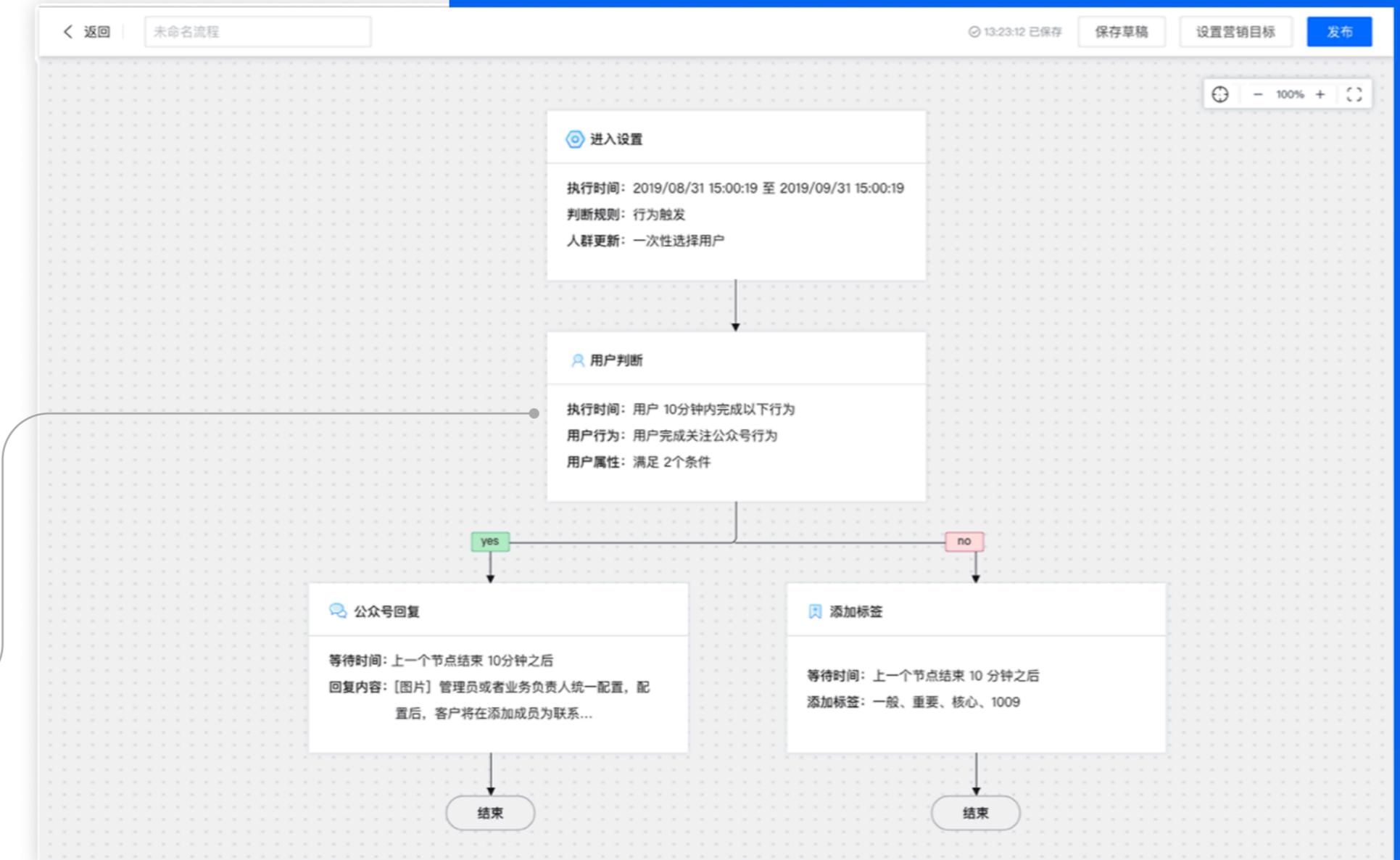
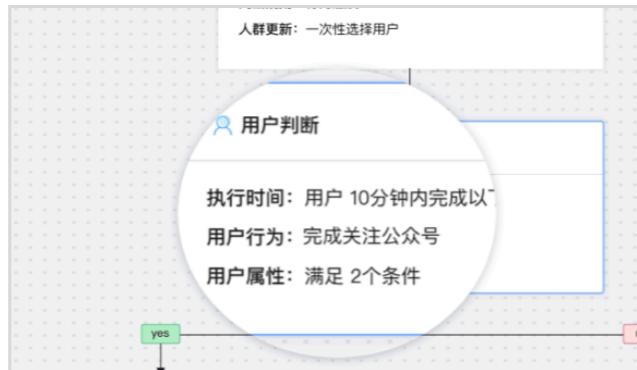
以流程画布为中心，沉浸式搭建

收起左侧边栏营，减少干扰

功能不折损，画布流程可直接添加节点

大卡片聚拢，沉浸式预览

卡片展示关键内容
流程节点阅读更通畅

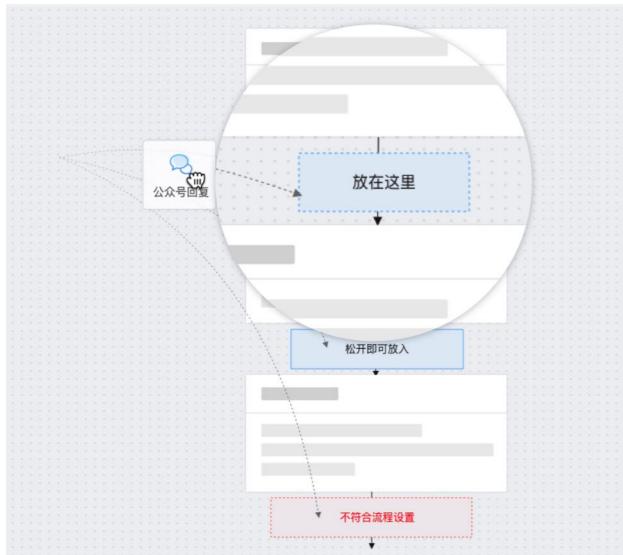


配置前 配置中 配置后

保护控制感：配置中 II

可控行为感知，给予用户实时操作反馈

配置前 配置中 配置后



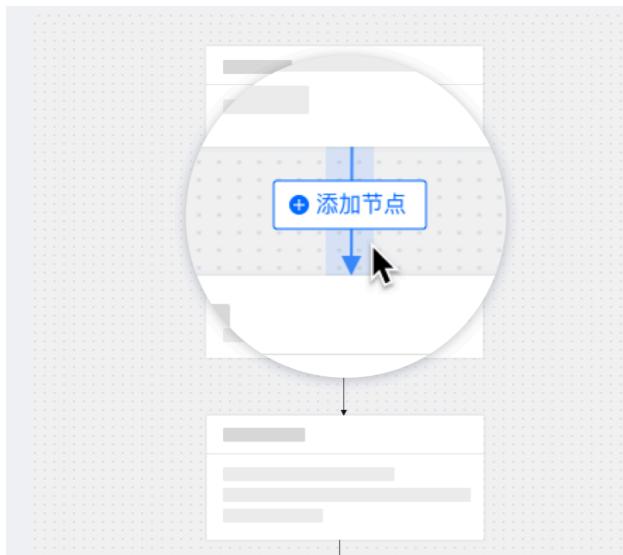
节点拖动反馈提示

左侧节点卡片悬浮，隐喻可拖动
拖拽后，提示引导放置位置



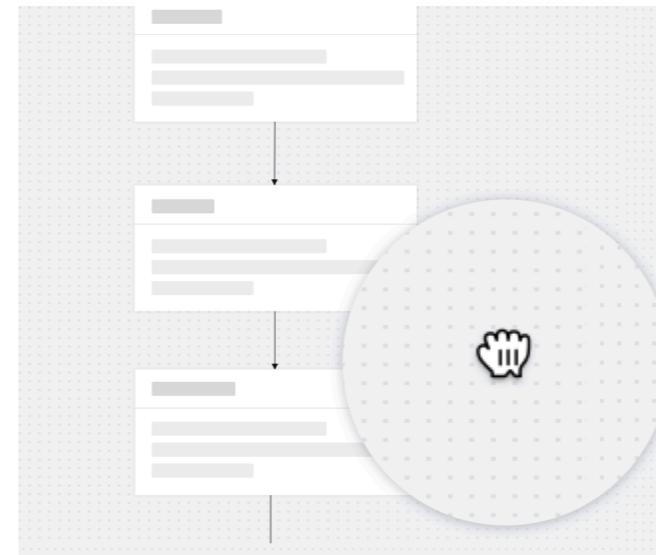
卡片隐喻不同光标状态

默认显示卡片操作；点击配置节点
拖拽卡片，隐喻明确



连接线悬停快速添加

超宽悬停区域，并高亮连线
显示按钮，快捷添加



画布快速拖拽

识别高频模式，设置默认语义；
满足用户随时拖动画布查看

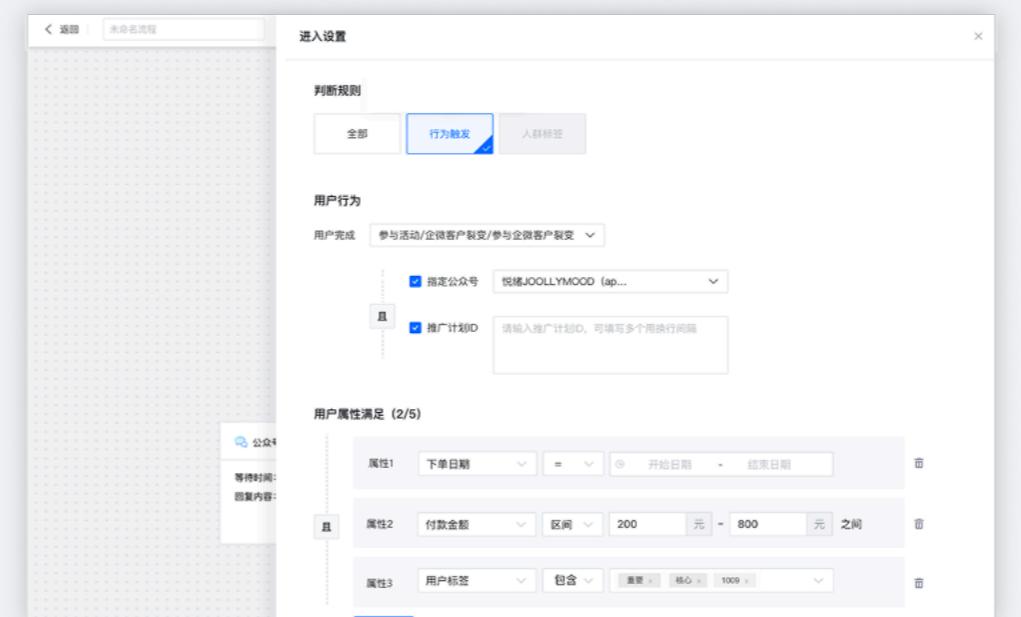
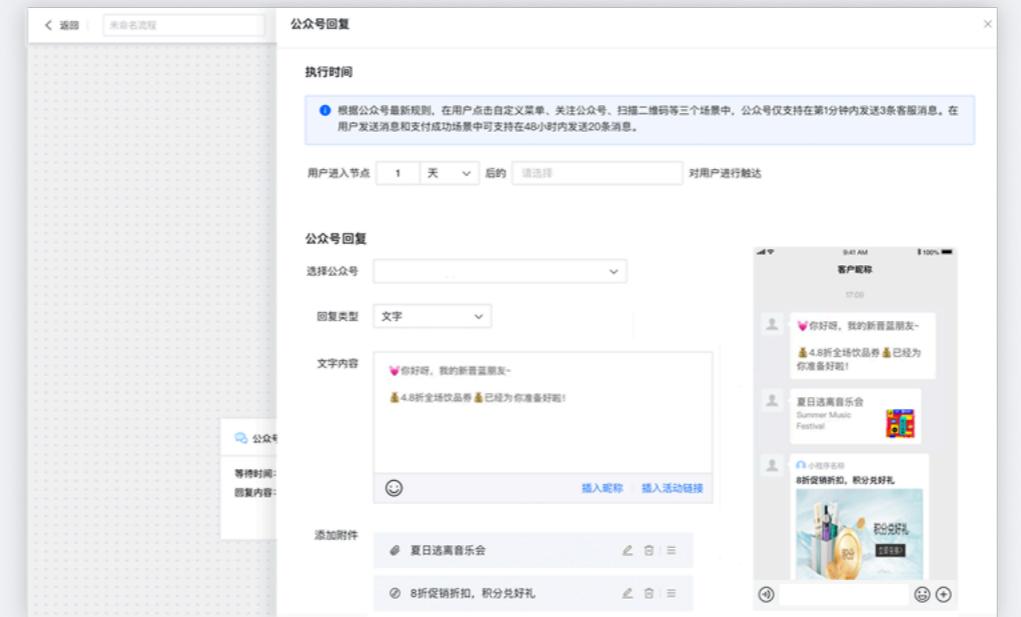
保护控制感：配置中 III

更大区域，配置预览有迹可循，配置阅读更连贯

优化前



优化后



配置前 配置中 配置后

实时预览，感知真实发送场景

所操作即所得，预览真实消息发送场景

配置清晰，信息阅读更连贯

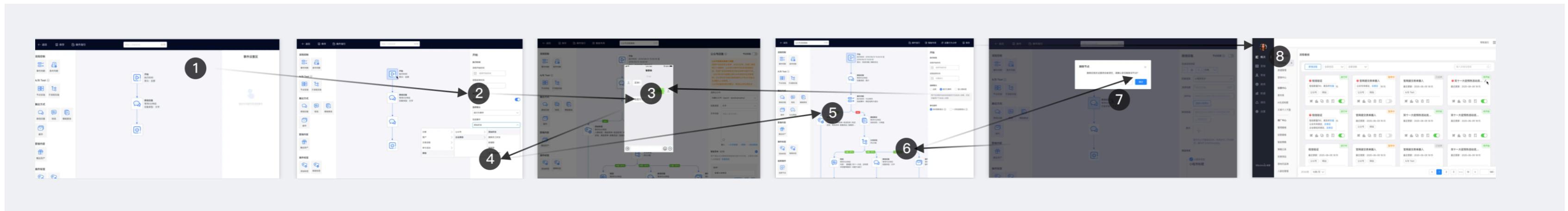
引入运算符，一套规则表达式，规范50+个属性配置；拓展性更强，覆盖范围更广



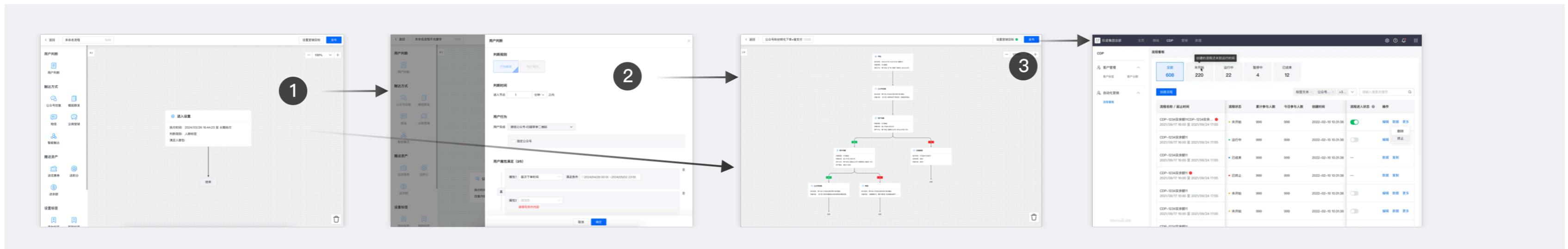
保护控制感：配置后！

配置前 配置中 配置后

优化前：流程动线复杂，需要跳转多个页面，行为之间无衔接

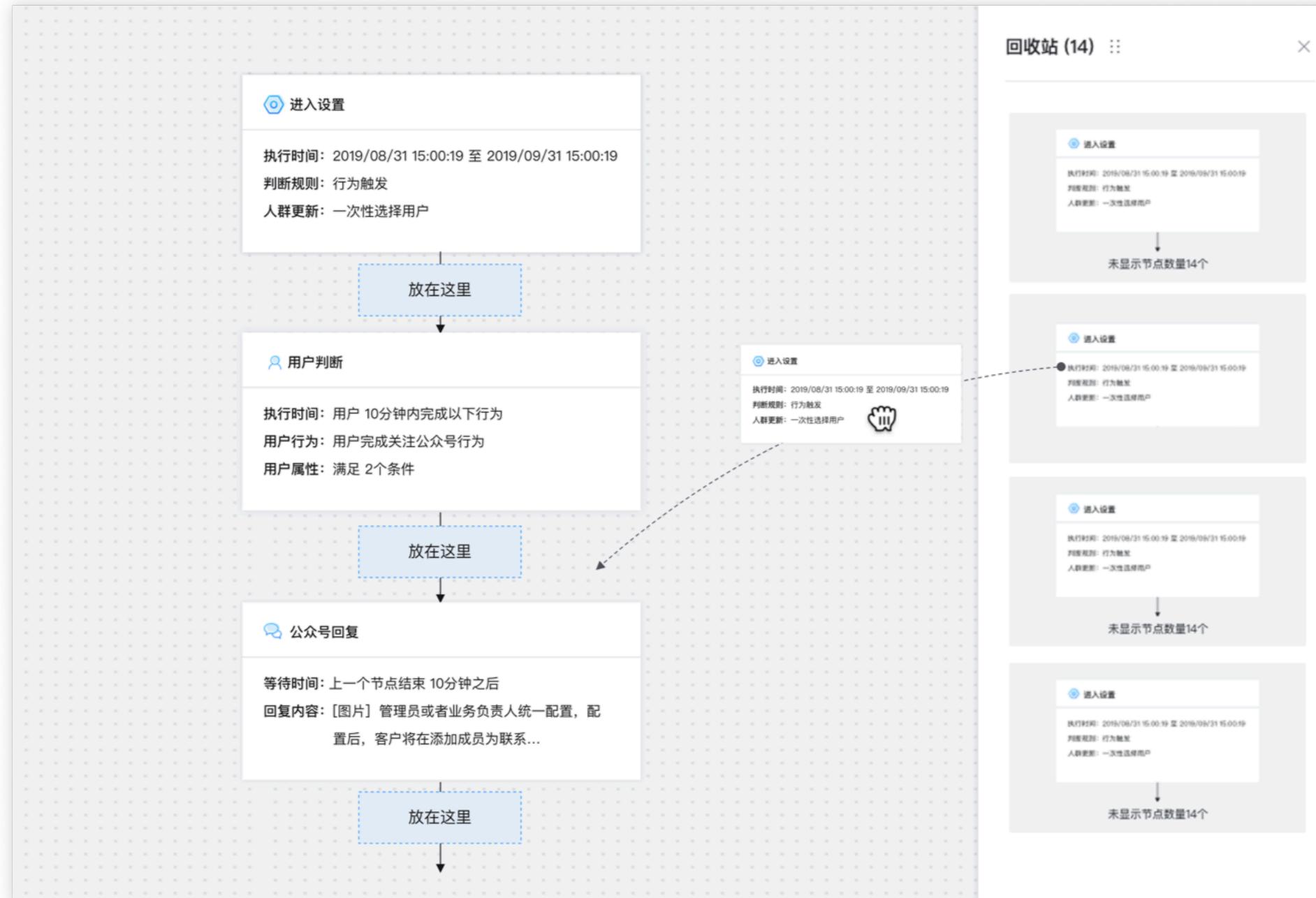


优化后：动线明确简短，流程连续；维持投入感，减少流程节点阻断



保护控制感：配置后 II

配置前 配置中 配置后



回收站防错防呆，规避错误行为

删除记录可追回，规避错误行为
操作简单，随时调用，拖拽即可插入

匹配阶段性：新手用户

新手用户 专家用户

30+简易营销模板，覆盖基础营销场景，帮助新手用户过渡MA学习期

< 返回 | 场景营销 / 全部模板

推荐模板

场景类型 全部 拉新 促转化 促活 捂回



新会员入会营销
针对新会员入会后的黄金服务期，开展持续营销，刺激订单转化，使其成为活跃用户
[场景介绍](#) [使用模板](#)

会员-沉默客户促活
自动检测沉默客户并进行优惠券或文案营销促进用户活跃

公众号粉丝转化为会员
对公众号粉丝进行内容触达，促进商城会员数量及销售额增长

精准短信营销
精准筛选目标用户进行短信文案营销并自动打上标签

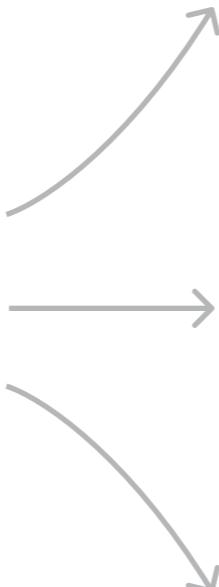
企微外部联系人流失挽回
对企业微信外部联系人流失后自动进行挽回，减少用户流失

手机用户转化为企微外部联系人
对有手机号用户进行内容触达，促进企微外部联系人数量及销售额增长

订单关怀
通过订单交易后的关怀提醒，提升店铺客户体验，促进店铺复购率、好评率及DSR上涨。

未消费用户开屏推广
对商城未消费用户进行指定开屏推广，刺激消费促进转化

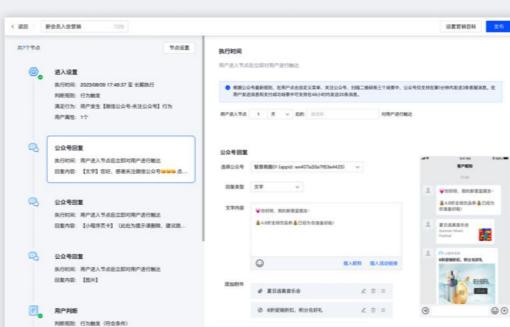
新会员入会营销
针对新会员入会后的黄金服务期，开展持续营销，刺激订单转化，使其成为活跃用户



1分钟了解
为30个基础营销场景模板，增加卡通剧情，简单有趣，帮助新手用户快速了解



直接配置
直接配置，无需画布流程搭建，新手用户无需再学习繁琐流程自动化营销流程



快速指引
流程画布轻气泡指引，帮助新手用户快速了解MA营销画布工作台



匹配阶段性：专家用户

新手用户 专家用户



鼠标快捷操作，提升效率



鼠标快速定位节点



快捷键快速调整画布大小



模块化拖拽，满足快速调整需要

不仅仅是组内调整顺序，还支持跨组拖拽

总结

1. 流程概念仍需简化。后期可考虑直接操控式界面，所看即所得，通过可视化的方式来表示流程的对象和概念。
2. 产品仍需深化。目前这只是一个开始，产品需深化、改善的地方还有很多，比如建营销自动化场景模板，后期还需做好跟踪、打磨，以达到更好的体验。
3. 成就彼此，更好成长。协作沟通，考虑每个人的发言，不仅仅体现在设计方案上，更需要从情感给予关怀。

40.8%

易用性提升

32%

预计效率提升

24%

培训时间减少

20%

满意度提升

裂变分享激励

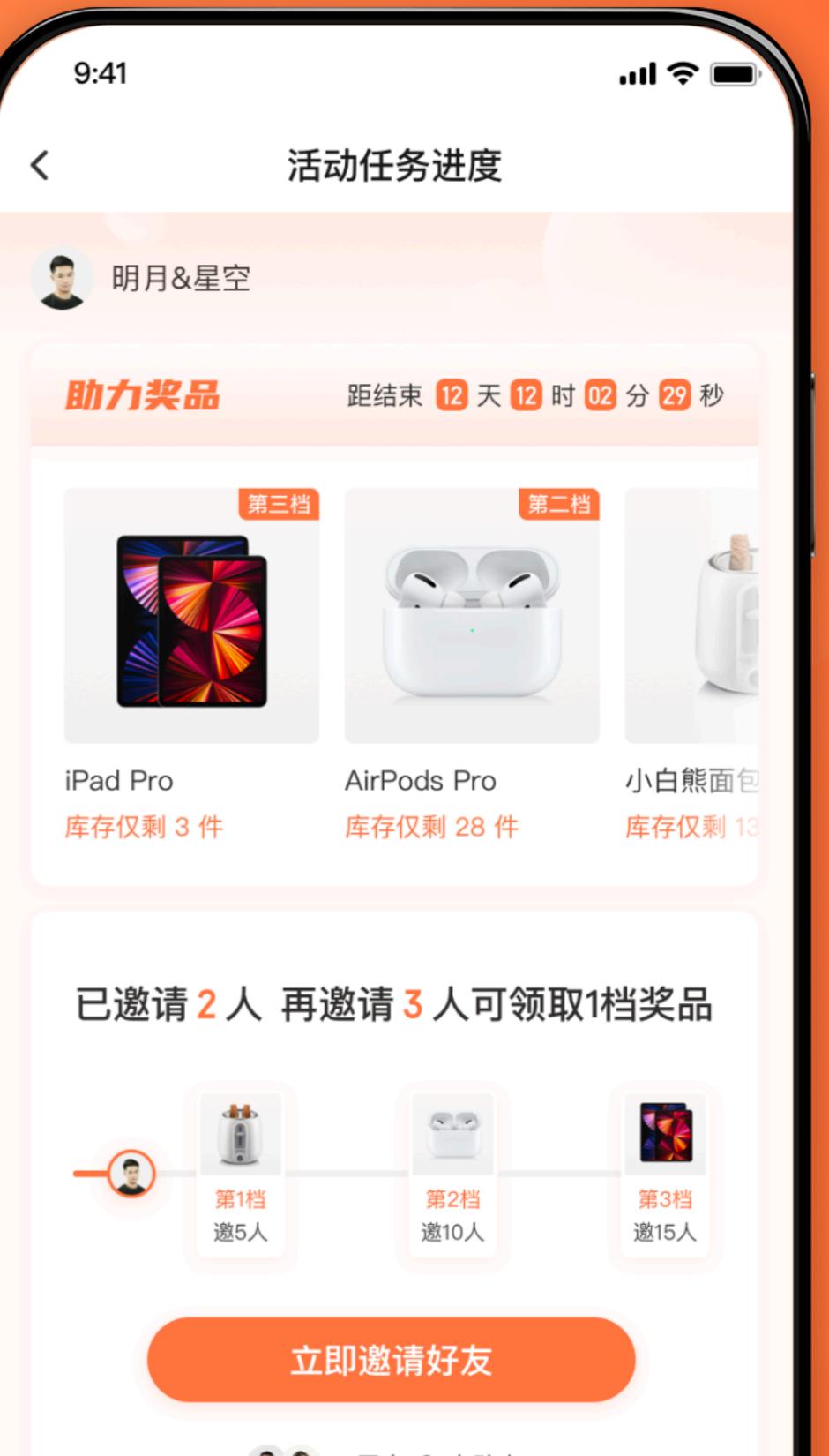
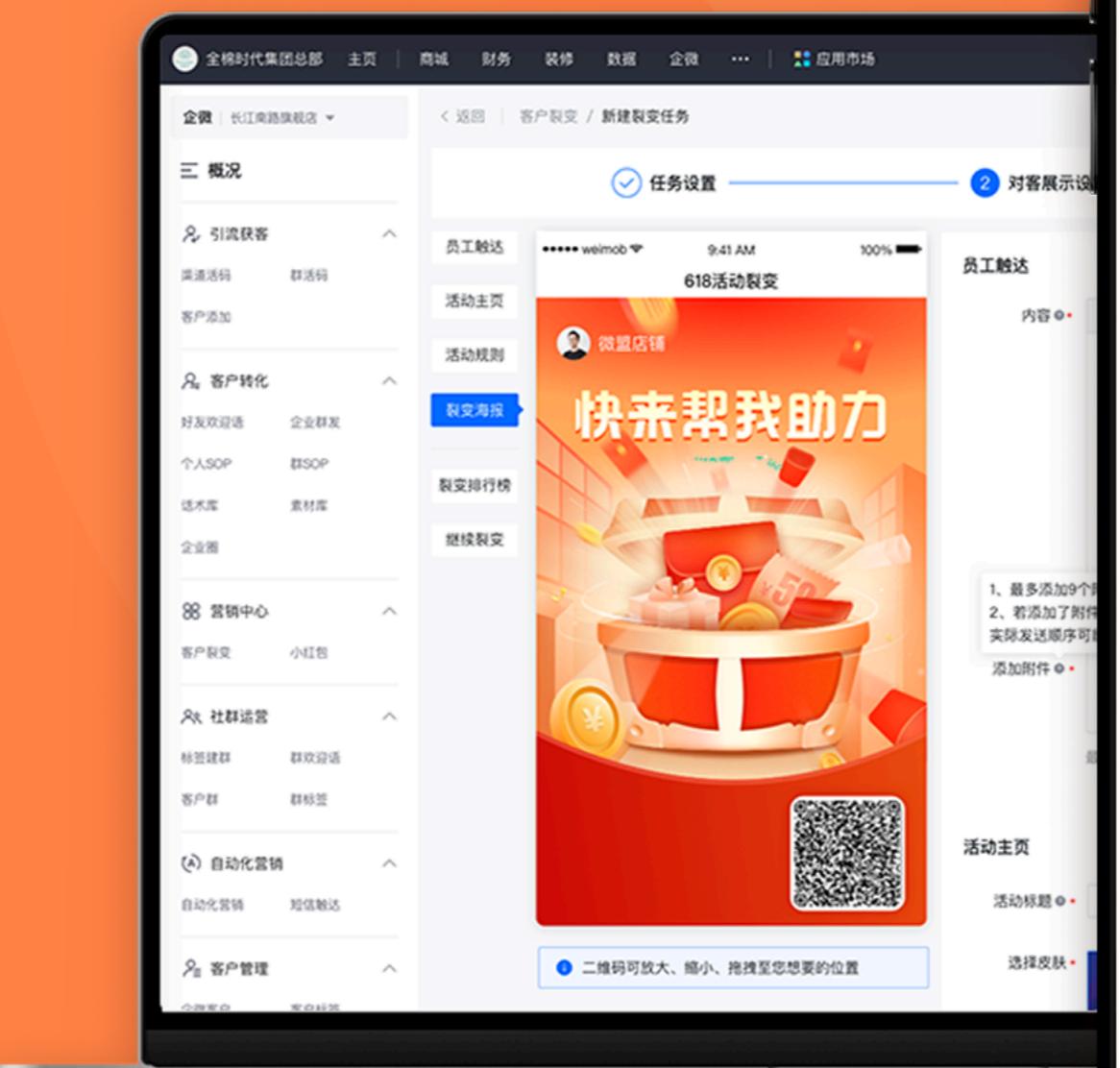
增强用户分享动机，帮助商家实现客资增长



移动端 & PC端

我的角色：设计主负责

项目时间：2022.7–2022.8



项目背景

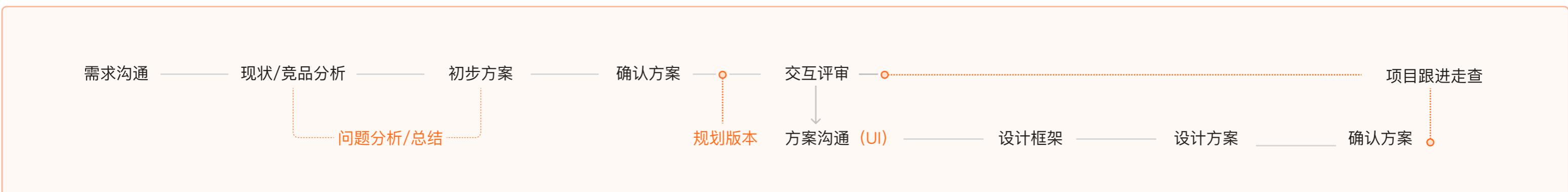
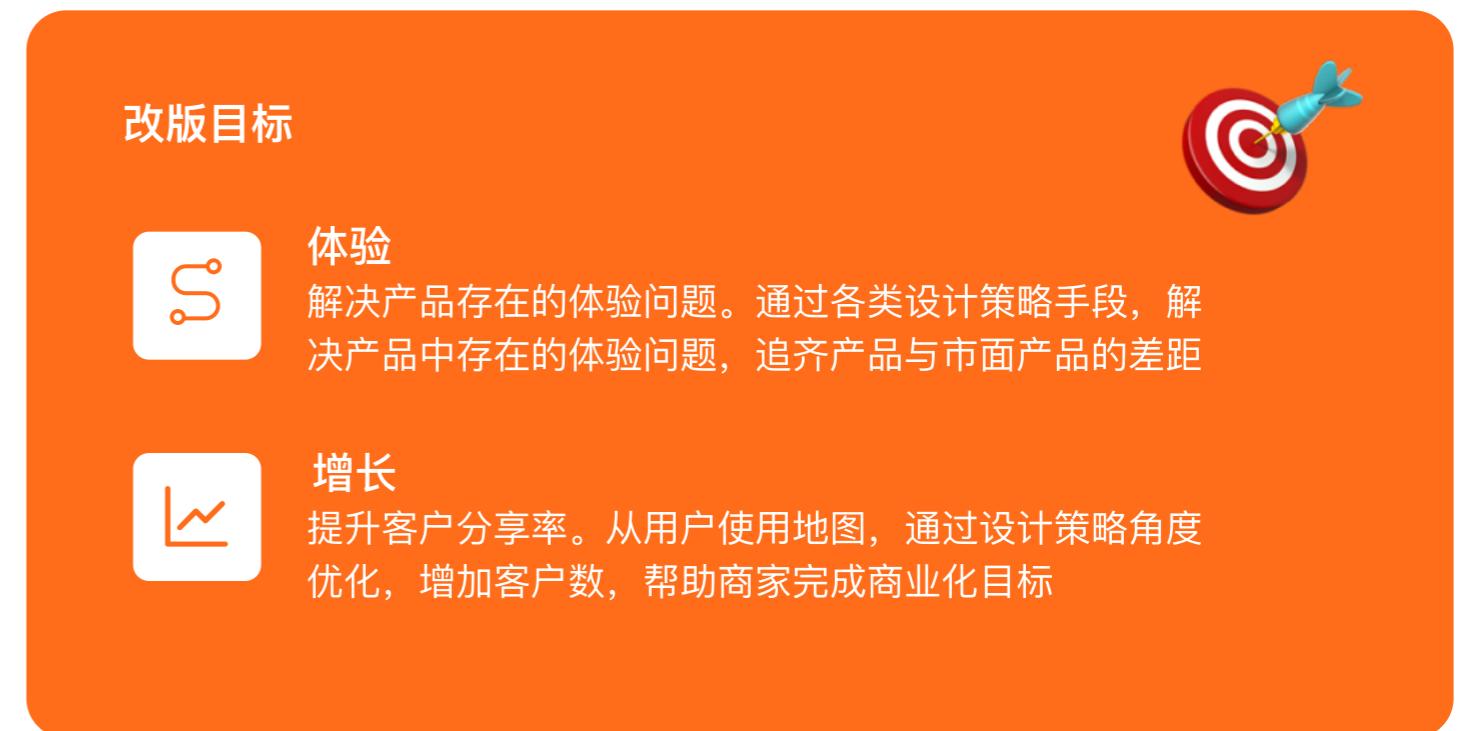
● 功能介绍

裂变是一种拉新工具，商家运营人员通过奖品激励，吸引客户添加企业员工微信或者邀请进群，帮助商家快速获得客户指数级增长。

● 为什么改版优化

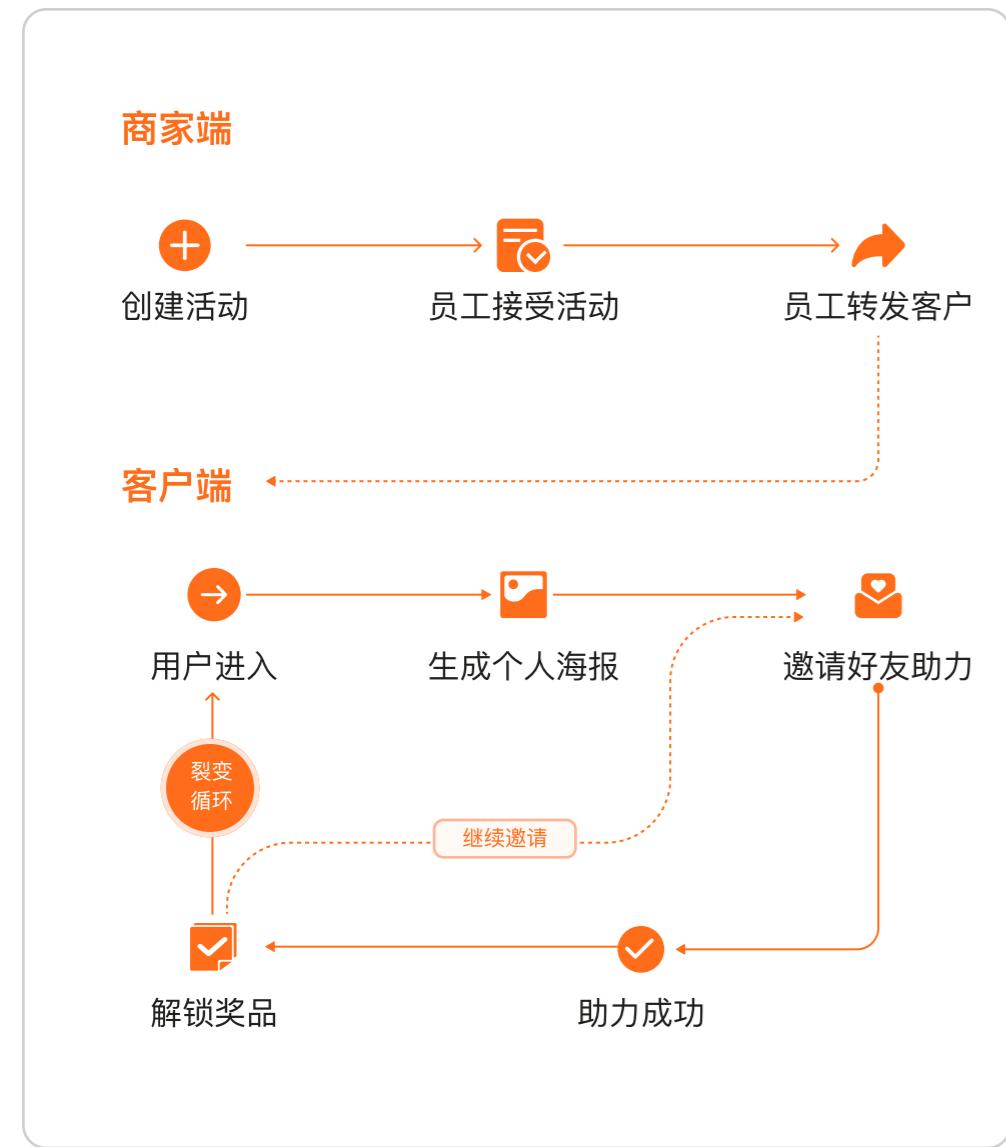
- 1. 产品体验问题。**运营工单投诉使用问题，比如客户端参与客户交互链路阻断，信息展示不全面，以及产品不能够满足企业品牌调性需要；
- 2. 客户分享率不佳。**不管是web商家角色，使用率，还是参与活动客户数据，不是很理想。希望能够做一次产品升级，帮助商家端理解改功能，激励客户更愿意用户分享，帮助商家实现目标客户和群粉丝增长。

● 设计流程



发现&研究

任务流程分析



任务关联角色



分析总结

重点关注“参与客户”

- ✓ 多角色。不同角色的目标侧重点、痛点不一样，给不同角色做不一样的设计
- ✓ 多场景。不同任务的场景不一样，任务之间存在前后依赖性，且相互关联，设计时需要考虑任务前后的关系
- ✓ 重点关注参与客户。他是整个任务的核心环节，他决定了客户分享率这个目标；任务链路长，优化空间大，改版后可以明显提升指标
- ✓ 其次商家运营人员。激活商家创建活动是一切的基础，从源头帮助商家了解裂变活动，了解其价值。

参与客户分析

对参与客户基本的体验流程进行分析，从看到到兑换主要存在以下3类问题

- 1) 参与客户门槛较高，用户需要花费额外的时间，和精力去理解活动规则和操作流程，这可能导致用户流失，尤其是新用户；
- 2) 信息展示与用户需求不匹配，用户更关注的是自己的进度、奖励情况以及如何快速参与和分享，但当前页面却将这些信息隐藏在冗余的操作中；
- 3) 激励机制不够吸引，奖励吸引程度不够高，以及兑换流程较长，可能会让用户感到挫败，从而降低参与意愿。

场景	看到活动	发起激励		获得激励		兑换激励
动作	点击进入	生成专属海报	分享活动	助力进度	好友排行榜	兑换奖品
目标拆解	理解活动玩法	如何吸引用户	快速分享出去	查看实时数据	查看有哪些好友	如何快速选择兑换
产品现状	用户防范抵触，活动内容、时间以及规则说明不明显	对于玩法还不了解，没有说明和引导提示，通过盲点了解产品	仅知道自己获得点勋章，看不到当前排行，引导方面欠缺一部分	需要从商家活动海报首页再一次次地进入，冗余的操作步骤	和奖品进度页放在一起，页面信息过多，且影响到奖品查看	勋章兑换实体商品，需要达到固定总数才可以，难度系数较高
解决策略	采用卡片式，活动提前说明，帮助用户了解	玩法告知前置，用最简单的语言提示告知	当前排名和点赞勋章的提示可以更明确	从活动链接进入，校验后直接查看助力进度	作为次级页面信息，提供清晰的排行榜统计即可	从活动链接进入，校验后直接奖品

机会点挖掘

调研分析

● 竞品调研

- 运营端设置清晰，比如阶梯奖品设置，采用表格设计，信息一目了然
- 客户分享端欢迎语发送采用H5卡片发送，用户心理更容易接受

1	产品	基础说明	整体体验	机会点分析
2	有赞	基础好友裂变	一个页面可完成所有内容填写 只有基础的一层裂变，没有企业宣传海报	页面填写内容较少，产品功能简单，用户能够很快地上手 阶梯活动设置，采用了表格设计，一目了然，信息更为清晰
3	小裂变	裂变功能丰富	分为四个步骤来填写，并且在一开始让用户设置活动阶梯 整体步骤较为清晰，每一步要做什么，用户都能很快上手	提供示例好友推动文案，文案中可显示奖品剩余数量 活动阶梯式奖品设置，采用了表格设计，信息更为清晰
4	微伴助手	裂变功能最为全面	分为四个步骤来填写，基础信息和设置在第一步就需要填写 框架信息分类明确，支持配置手机预览	四个步骤较为清晰，每个步骤是单独的一个模块，设置不混乱 有高级设置，可防刷
5	微盛·企管家	以分享页面作为配置	活动配置体验最好，操作就在手边 运营官可根据配好的H5页面模板调整即可	基于H5页面活动设置，可以帮助运营人员更快的上手，所见即所得 缺陷是活动的参数配置、阶梯等功能缺失，可作为新手入门
6	融合	产品功能较为简单	共分为3步走	创建活动时，有产品功能流程图介绍，可以很好帮助运营人员更好了解产品

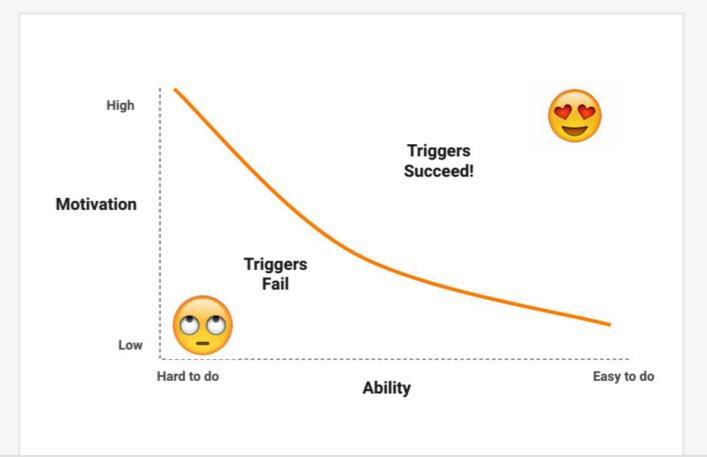
● 问题收集

- 运营端功能使用上数据较差，缺少优秀案例和不能够品牌自定义
- 客户端未区分使用场景。未基于不同场景，给出不同的任务链路

1	类别	问题模块	问题截图	问题描述	原则	严重等级
3	基础设计	C端裂变		统一的色调，没有满足商家品牌调性宣传	基于商家品牌调性的配色方案	P2
4	界面设计	C端裂变		活动规则隐藏深，且没有相应的活动详情页（底部弹窗）	功能的完整性闭环，提供清晰的信息	P1
5		C端裂变		次要信息过多版面展示，干扰信息传达	页面布局清晰，相关功能需在同一模块中	P1
6	信息设计	C端裂变		分享海报太小了，商家精心海报设计，未能得到较大宣传	层级关系明确	P1
7		C端裂变		首次进入和再次进入的流程是一样的，有用户误以为参与的活动又要重新来	任务路径清晰	P1
8		C端裂变		用户分享的动机不足，设计上没有消除新用户分享的欲望	对于重要的信息内容，需要加强它的权重	P0
9	交互操作	C端裂变		阶梯奖励信息展示，用户不知道是可以点击的	信息分类清晰	P0
10		C端裂变		发送的是活动链接，有用户反馈不敢点击，怕是欺诈等	符合绝大多数人的操作习惯，切忌以点概面	P0
11		C端裂变		阶梯完成度不明显，阶梯的后一个奖励，用户需要手动切tab才能查看	信息分类清晰	P0
12	信息架构	C端裂变		活动规则等次要信息，占据版面头部	信息分类清晰	P0
13		C端裂变		活动奖品等重要信息，没有占据在首屏重要	信息分类清晰	P1
14	功能需求	C端裂变		不知道如何海报设计，给运营人员，而无需因为没有合适的模板，而弃用该功能模块	提供用户需要的和期望的功能	P0

● Fogg Behavior Model

通过增强分享动机，简化用户任务的能力，以及更容易去触发



归纳梳理

通过流程分析和问题整理，结合改版目标，提炼设计关键词

设计目标

提升用户体验和效率（体验）

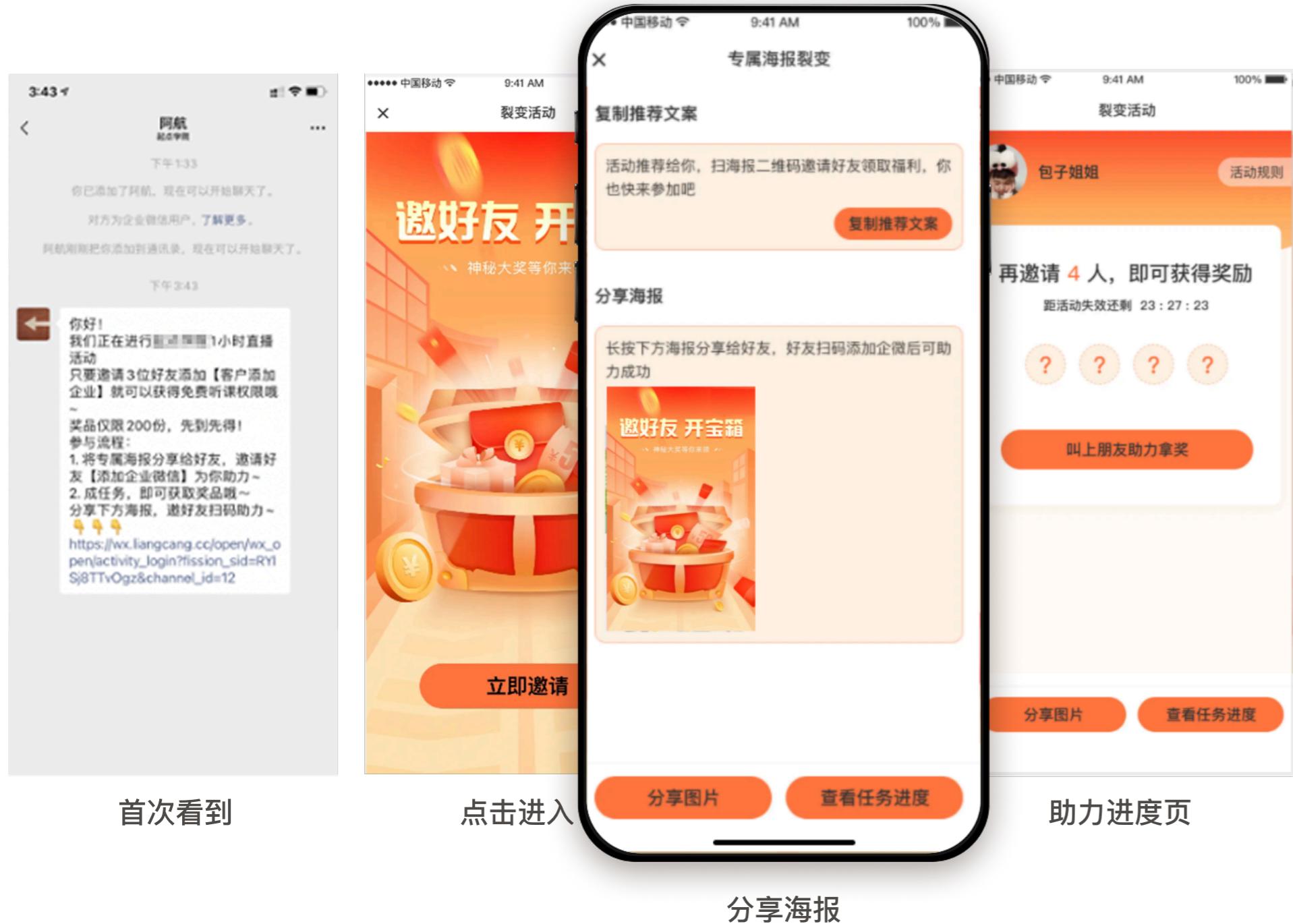
设计策略

- 参与客户，任务路径场景化，提供更为清晰的信息链路，降低用户认知负担
- 企业运营人员，通过功能介绍使用引导，以及更好满足品牌调性需要
- 助力客户，强化信息透传，打消用户鼓励

强化客户分享动机（增长）

- 动机。增强奖品效果，提升奖品信息层级，让用户进来就要看到大奖
- 能力。简化流程，分享步骤提前告知；减少干扰，分享后直接查看进度
- 触发。制造稀缺和紧迫，比如奖品剩余多少，活动倒计时；以及分享随时点击

参与客户



使用疑惑，流程逻辑难懂，易产生误解

- 🤔 用户存疑。用户首次看到，这个链接是不是可以点击呢？
- 🤔 流程歧义。每次进入重新开始。首次进入和再次进入目的场景不一样，其操作流程是一样的，用户误以为好友助力进度没有了，需要重新来
- 🤔 操作繁琐。通过数据查看到，商家配置的进入活动海报和分享海报一致，对于参与客户多一个操作步骤
- 🤔 信息混乱。助力进度页面主按钮较多，内容没有主次且关系混乱

参与客户 | 优化活动流程

改版后

减少用户防范，场景化引导

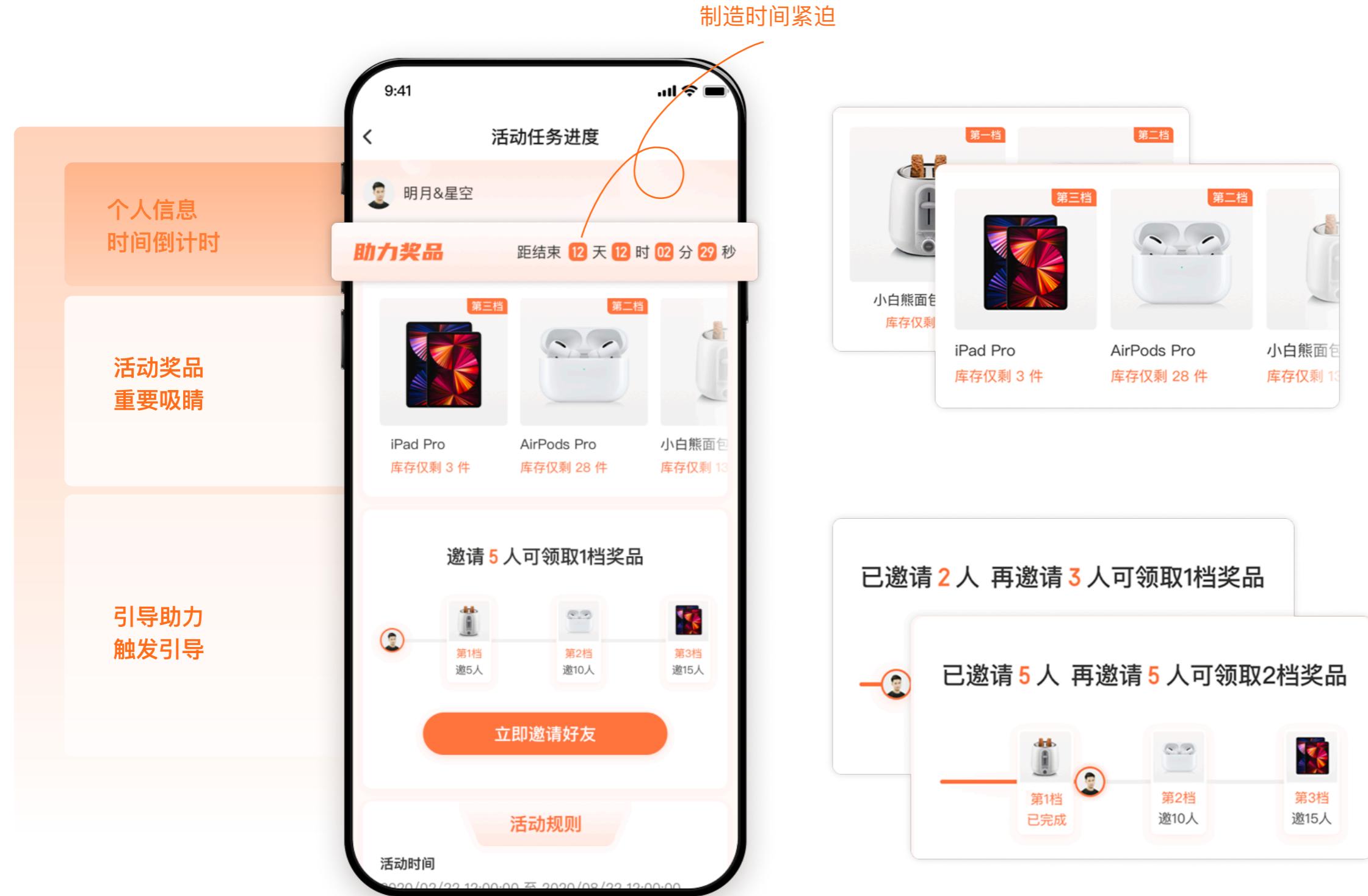
- ✓ 减少用户防范心理。web端配置支持链接卡片展示、小程序展示，打消用户鼓励，提升用户点击率
- ✓ 自动判断用户行为。判断是否首次进入、是否已分享、是否有好友助力，是否可以领取奖品，基于不同用户场景，自动跳转不一样的页面
- ✓ 活动中时，参与客户看自己领奖品的进度，直接进入到任务进度页面，无需从第一个页面打开进入；
- ✓ 公众号任务进度提醒，好友助力进程易感知



减少顾虑，分享提前告知

从看到到参与，链路更加顺畅

参与客户 II 强化客户分享动机 (增长)



参与客户 III 体验细节优化

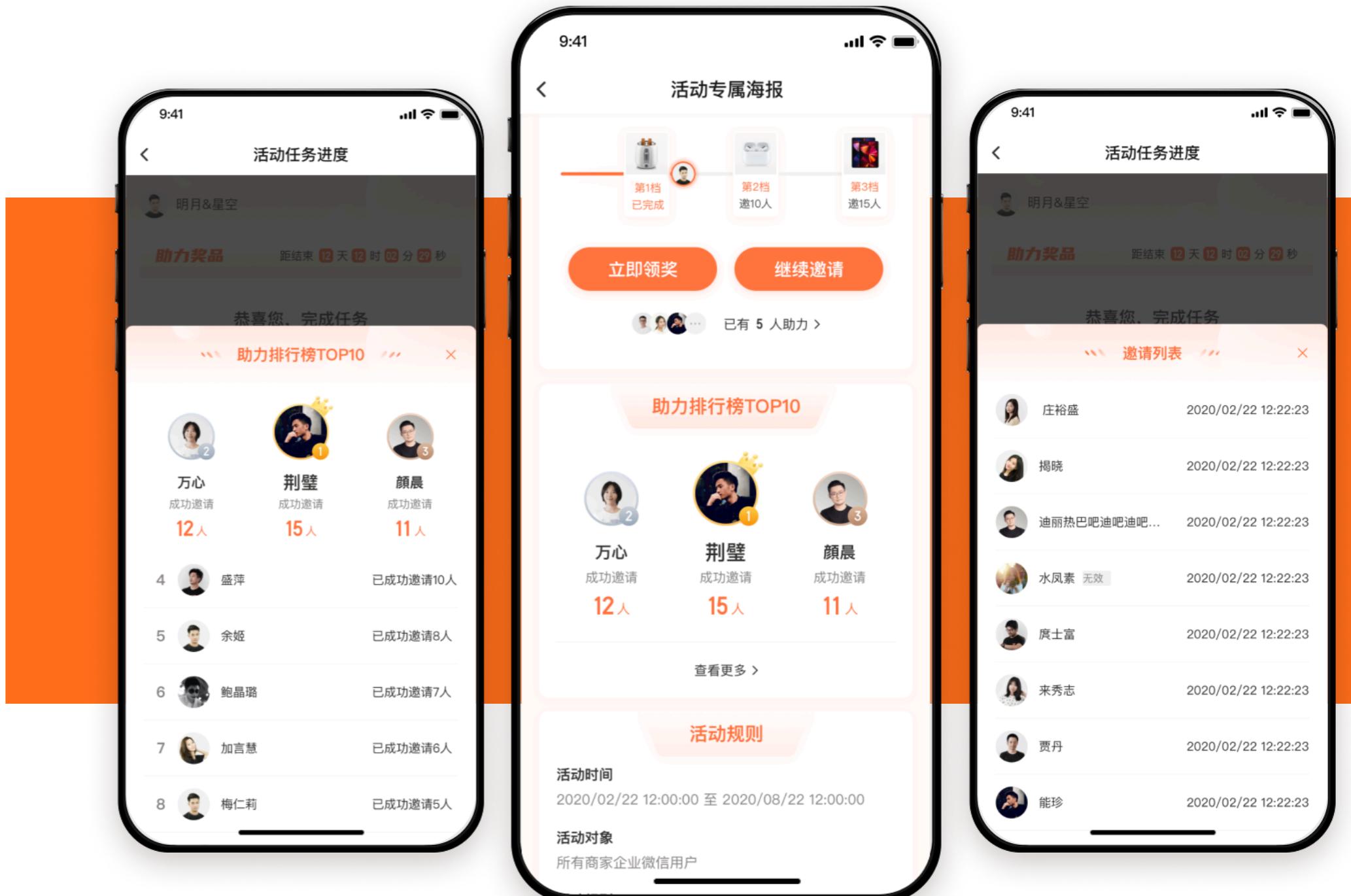
改版后

Before: 信息碎片化，操作不清晰

- 内容分散，未将相关功能集中归类
- 可点按钮隐藏深，用户难以发现，比如阶规则、Tab栏入口

After: 层级清晰，凸显激励

- 优先级排序，次要信息作下沉处理，如活动规则
- 逻辑分组，相关功能，如助力人员和进度放在一起
- 渐进式披露，默认露出部分，用户有兴趣再查看细节



商家运营人员 | 帮助了解

改版后

一个可以让用户在观望期间、使用前，就知道该菜单功能是什么、干什么用的介绍页面

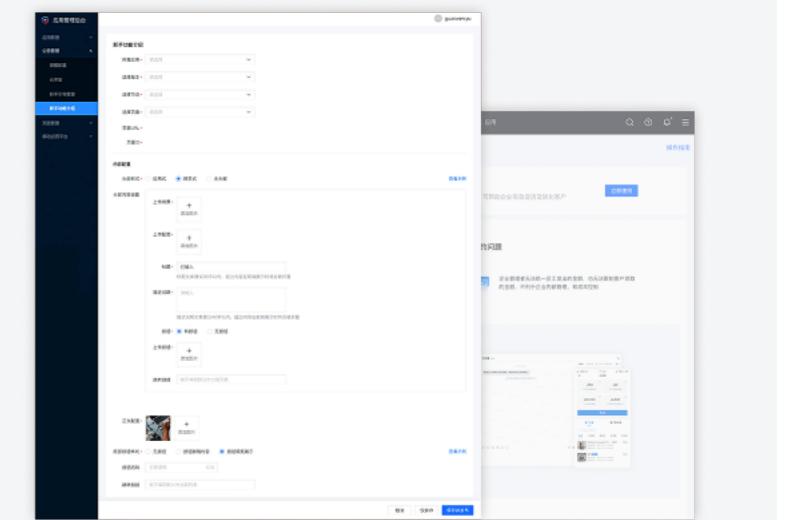
主动式功能介绍，提升功能使用率

- 减低新手入门阻碍，提升使用效率
- 减低用户挫败感，帮助用户使用前了解该功能
- 减少宣讲成本成本，降低服务成本

进阶推动 查看配置手册 ⊕

由边缘推动中台化，不仅满足自身业务需要，而且赋能整个WOS系统

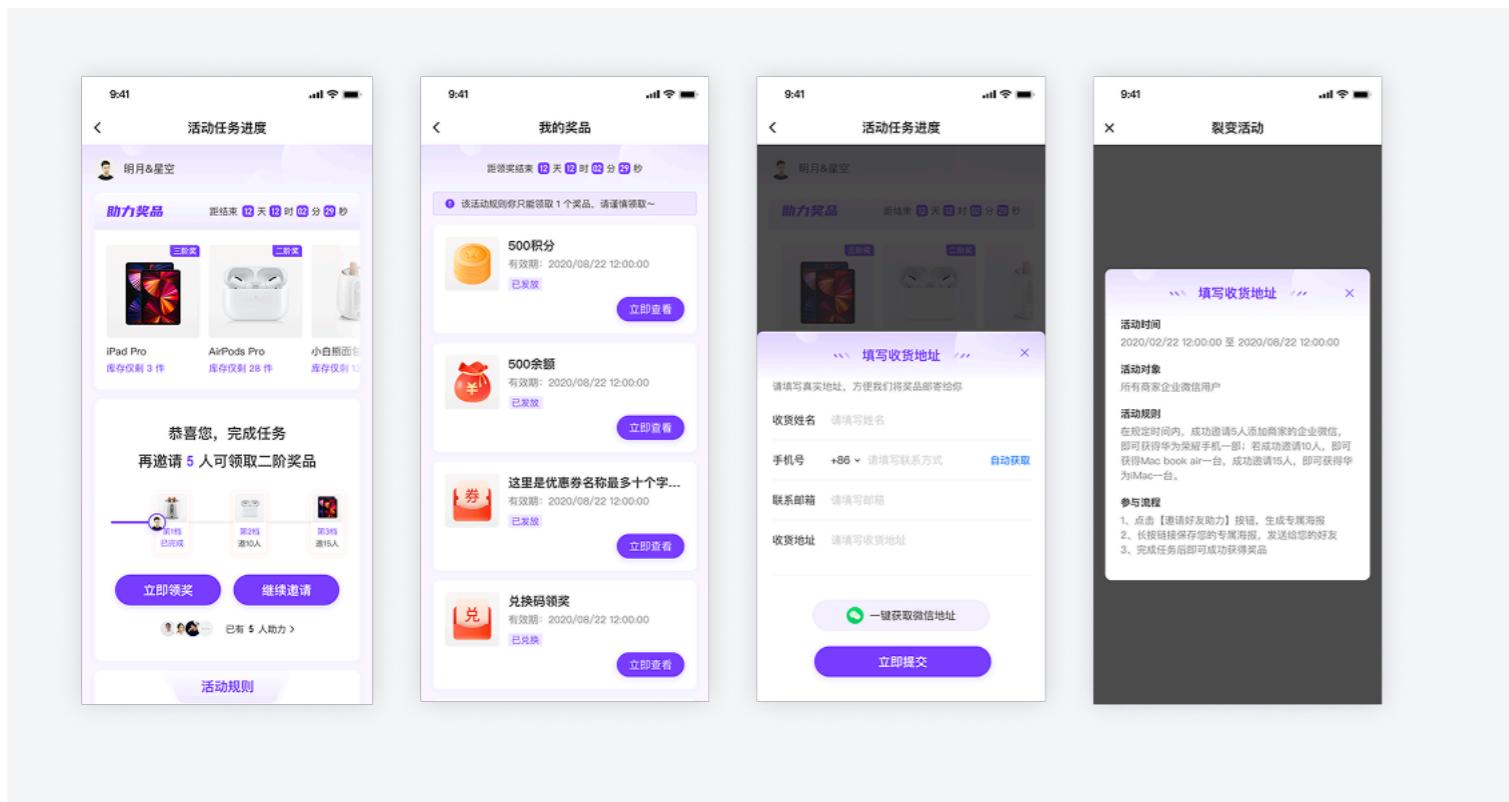
35个
自身业务功能
6条
赋能业务线
60秒
中台配置



商家运营人员 II 品牌需要

一键换肤，满足商家品牌调性需要

解决不同商家的品牌调性需要，使商家能够给予自身品牌需要进行更换。在调研中，我们发现一些中高端化妆品，对于沉稳的冷色系更为需要。

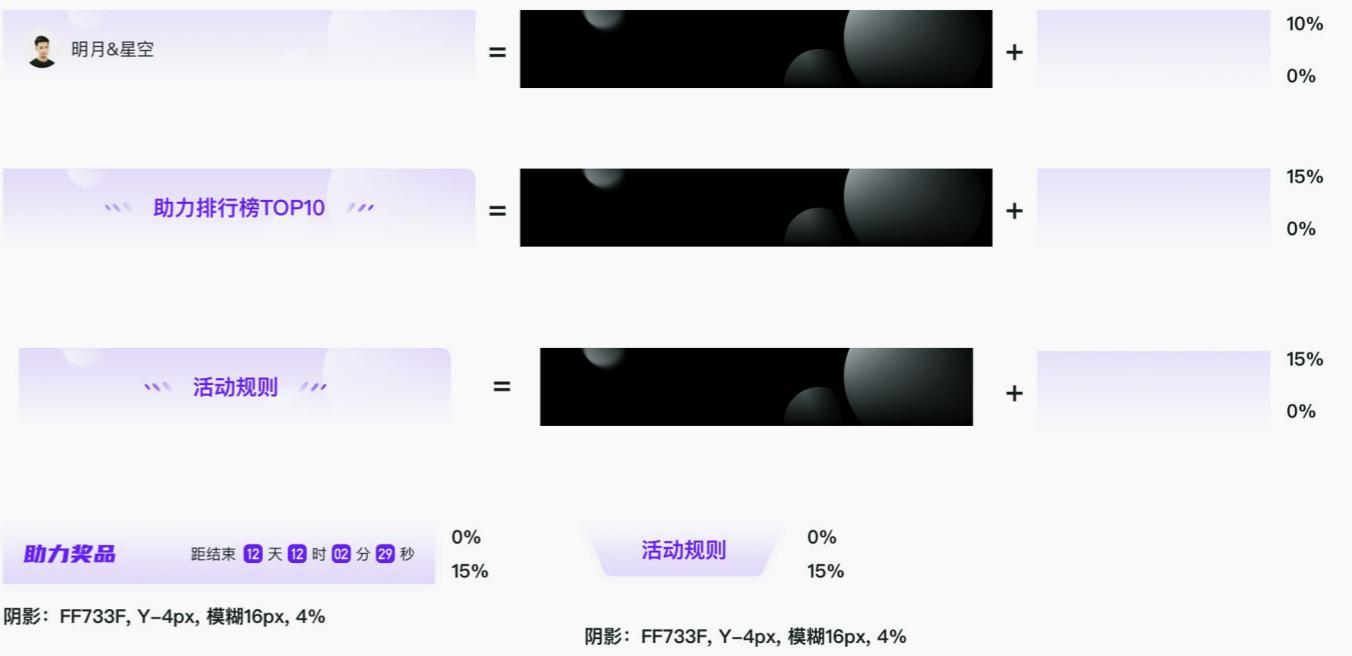


颜色规范

颜色

主色	色值	应用
	FF733F	全局使用主题色
	FF733F, 5%	页面背景
	FF733F, Y4px, 模糊16px, 4%	容器阴影色
	填充: FF733F, 0%-10% 阴影: FF733F, Y-4px, 模糊16px, 4%	不规则标题，例如活动规则

特殊模块分解（以主题色透明度渐变）



阶段成果反馈

设计目标

参与客户增长

使用体验提升

行为现象

活动创建数据显著提升
活动推广数据显著提升

参与客户分享效率提升
活动入口点击显著提升

裂变功能相关客诉明显降低
商家创建活动任务时长变短

新版裂变获得运营好评
查看好友助力任务链路时长变短

数据指标

裂变活动增加 **66.7%**

(3个月内，月平均创建数据6K→10K)

商家裂变客资增长 **22%**

(同上，其中X柔企业通过裂变功能客资增加220%)

商家配置活动时长缩短 **16.8%**

运营方正向反馈满意度提升 **75%**



团队

重要成果 / 组件规范

AIGC

为中小商家运营人员
提供易用的 AI 内容生成助手

PC端 & 移动端

从0-1创新项目

我的角色

AI项目设计负责人

我做了什么

项目规划

市场竞争调研

领导整个项目的设计工作

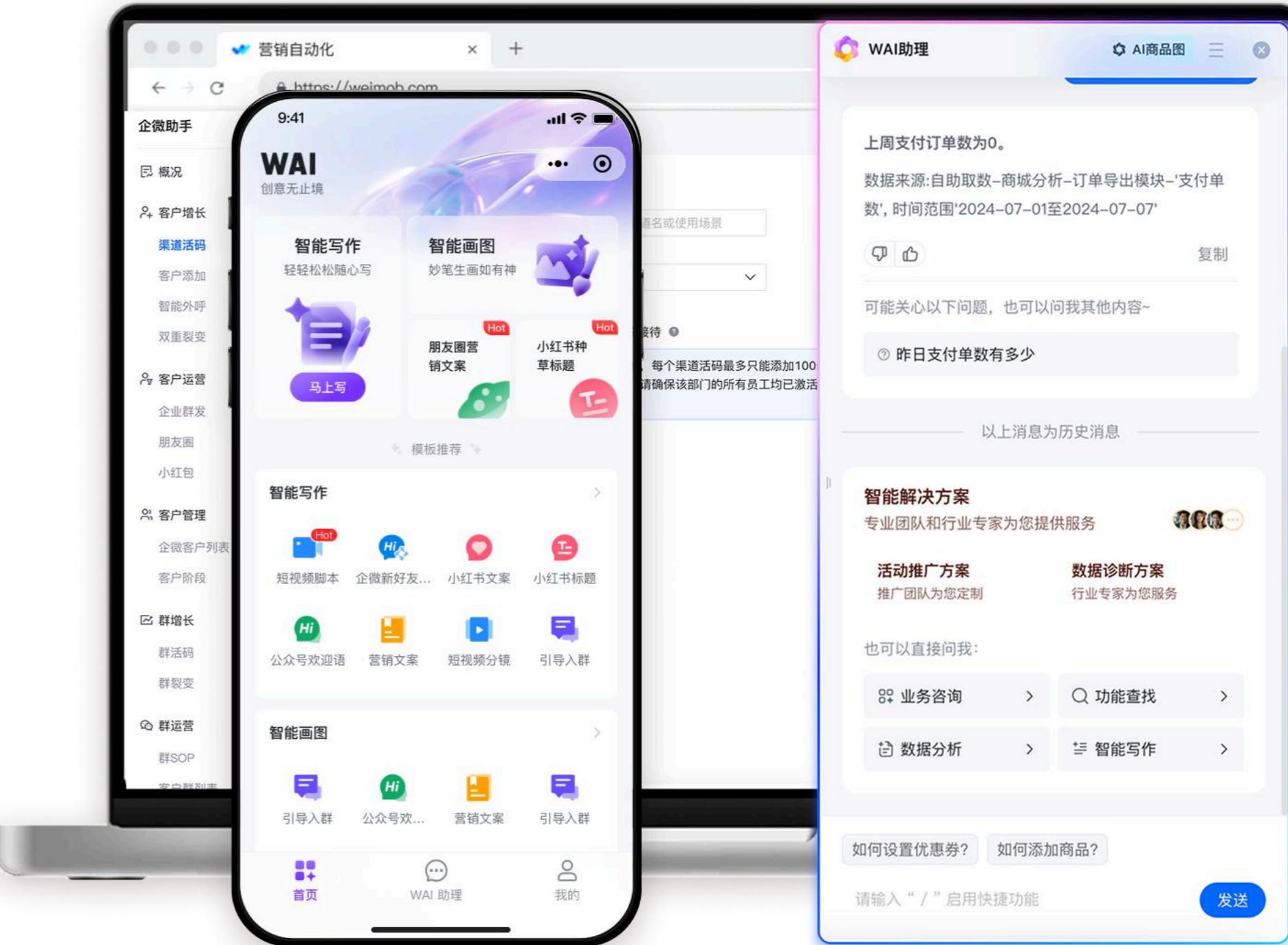
对接及跟进

时间

2023.3-2024.4



微信扫描查看
现场发布会演示





10+场团队分享会

过去的几段职场经历中，在部门内、产品侧、研发贡献过 **10+场分享**，相对输入学习，输出会有更深度的思考，持续的积累和锻炼，能够帮助我有效的成长。

[查看分享专题](#)


微盟设计公众号

为设计团队公众号共贡献6篇文章，也是微盟公众号**第1篇文章发起者**，文章内容有《微盟SCRM企微助手体验解读》、《阿拉伯本地化RTL设计指南》等

多篇文章贡献者



主导用研分析

主导多场可用性测试分析，包括独立负责业务微盟企微助手，产出SCRM体验用研分析报告；以及参与微盟WOS系统可用性测试

[查看分析报告](#)

获 6 项设计外观专利

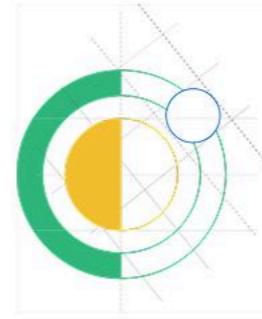
团队内首个专利申请和获得者；帮助并指导两位伙伴获得第一个专利，点击下下方可直接到专利网查看我已获得的专利

[查看申请专利](#)



九曳体验设计指导 规范及指南

版本1.0



主导设计规范

主导《九曳设计规范》，这是一套为创业公司制定的体验标准和规范，应用于公司 8 条产品线，我也把这套组件内容，分享到了《人人都是产品经理》网站，并获得了6W+阅读量

[查看规范手册](#)

Klein Design 组件贡献者

我也曾积极参与，打造微盟团队 Klein Design 系统和组件规范建设，它是基于微盟 SaaS 业务提炼出、高效的 WEB 针对电商业务基础组件库

[查看Klein网站](#)

The screenshot displays the Klein Design website interface. At the top, there's a navigation bar with links for '开始使用' (Get Started), '帮助中心' (Help Center), and social media icons. Below the header, a banner reads '丰富全面的设计系统' (Comprehensive Design System) and '服务于SaaS行业' (Serves the SaaS industry). The main content area features a grid of design components like 'Orion Fonts', 'Klein Pro', 'Oria Market', and 'Klein Editor'. To the right, there's a sidebar with a circular profile picture of 'Igor Xu/交互设计师' (Interaction Designer) and some descriptive text about the system's purpose and benefits for developers.

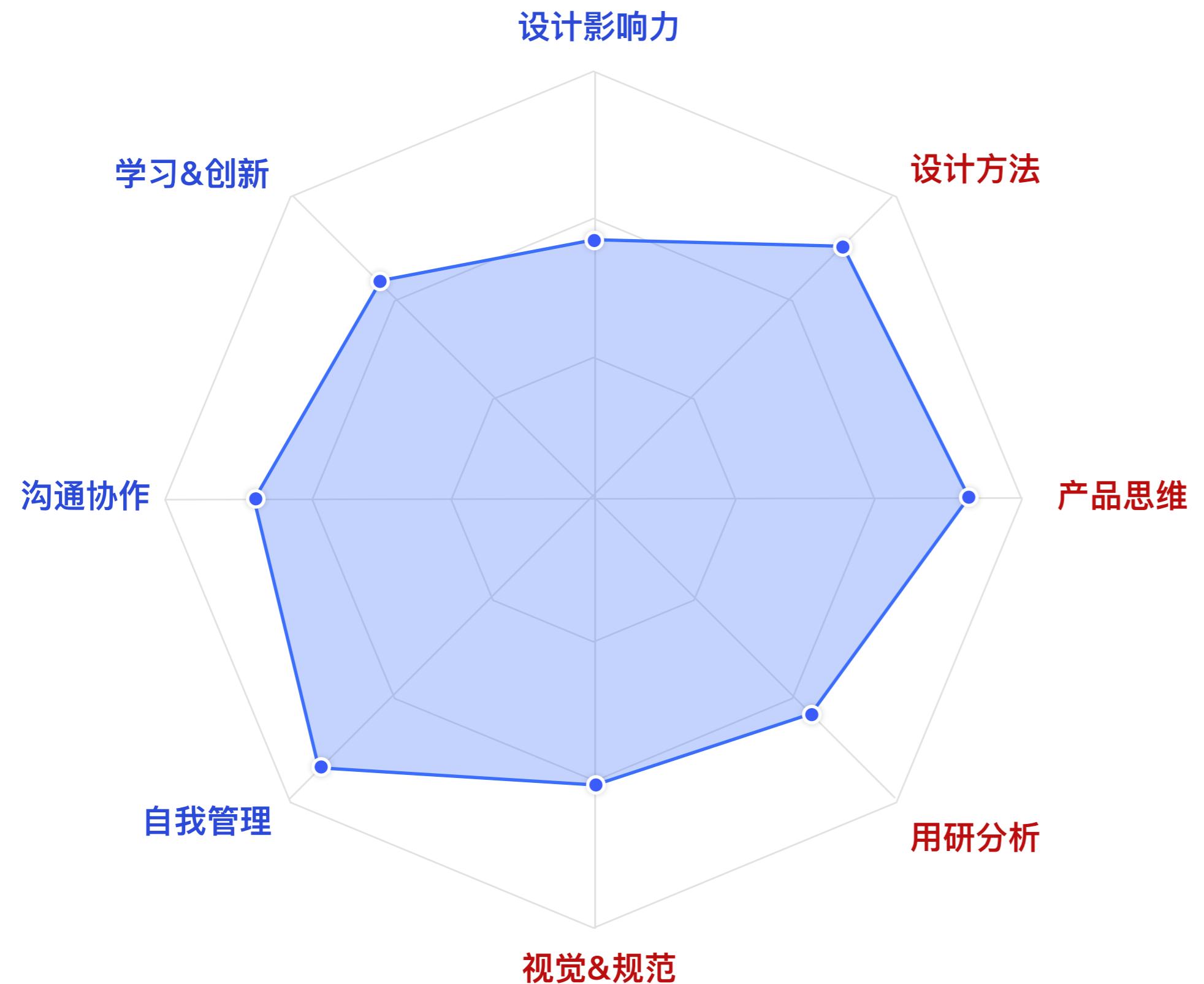
Dribbble

作品截止到2020年

良好的视觉表达

我也会把我认为好看的作品分享到 Dribbble，它像是一个宝藏库。在设计初期，它不仅激发我更多的创作灵感，也极大提升了我的视觉审美，我也逐渐学习了如何从其他优秀的作品中汲取精华，让我能够不断成长。

去看看



总结分析

- 具备产品化思维
- 擅长复杂系统解构
- 良好的沟通以及自我管理

最后

过去几年，我有了一些新的感悟，不管是内省还是外求，它们都同样重要，以下是我的一些思考，希望有机会和你分享！！



粗糙的开始，就是最好的开始

先完成后完美，在执行中去理解和优化，一边做再一边调整姿势，避免过度纠结细节而陷入拖延



日拱一卒，长期主义

做对的事情，并持续积累，很多事看到曙光需要时间和耐心，量是质变的前提



关注事，更要关注人

人是做事的前提，把他们放心上，和他们真实环境沟通交流，项目推进会更加顺畅



加微信，认识一下吧 (^_ ^)