

<<赢在用户>>

图书基本信息

书名：<<赢在用户>>

13位ISBN编号：9787111218883

10位ISBN编号：7111218884

出版时间：2007-08-01

出版时间：机械工业出版社

作者：[美]Steve Mulder,[美]Zivv Yarr

页数：195

译者：范晓燕

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<赢在用户>>

内容概要

对所有负责网站设计运营的人来说，本书是您的必备手册！大量网站的实际案例，详尽地介绍了人物角色创建和应用的完整流程！本书将伴随您走过创建人物角色的每一个步骤，包括进行定性、定量的用户研究，生成人物角色分类，使人物角色真实可信等。您也将学会如何有效地通过这个工具，来完成从指导总体商业策略，到确定信息架构、内容和设计等细节的整个过程。

Steve Mulder的这本实用指南条理清晰、通俗易懂，阐述了充分发挥人物角色力量的最佳方法。

—Jesse James Garrett, AJAX之父 《The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web》的作者 Steve Mulder的研究和论述鼓舞了许多企业和团队通过研究人物角色去更好地了解他们的客户。

我们这些年来一直缺少这样一本书，现在终于有了。

—Kelly Goto 《Web Redesign 2.0: Workflow That Works》作者 在不断开发创新产品和服务的今天，引入和使用人物角色来进行设计，是必不可少的环节。

本书将告诉您如何开展研究，如何得到公司内部认可，以及怎样使它贯穿整个开发过程。

在读完此书后，Steve Mulder所做到的，您也能做到。

—Jared Spool User Interface Engineering创始人 最终，一些确凿的数字将会证实人物角色的杰出成果。

本书将帮助所有读者把这个强大的以用户为中心的技术带入自己的设计流程中。

—Jeffrey Veen Google设计经理、Adaptive Path创始人之一 在这本生动而诙谐的书中，Steve Mulder展示了人物角色如何产生有效的在线商业策略，如何使顽固的总裁和排斥新概念的市場总监们接受它们。

读完本书以后，您将创建出更好的人物角色，还将利用它们来建立高效的网站并成功推销给最难缠的客户。

—Jeffrey Zeldman 《Design With Web Standards》（第二版）的作者 您如何保证您的网站确实给予用户他们所需要的，并对您产生商业成果？

您需要了解谁是您的用户，您的用户的目标、行为和观点是什么，还要把他们的需求当成您的第一要务。

人物角色将用户研究带入了一个更高的境界，成为实施真正以用户为中心的在线商业策略最高效的工具。

本书将伴随您走过创建人物角色的每一个步骤，包括进行定性、定量的用户研究，生成人物角色分类，使人物角色真实可信等。

您也将学会如何有效地通过这个工具，来完成从指导总体商业策略，到确定信息架构、内容和设计等细节的整个过程。

对所有负责网站设计运营的人来说，本书是您的必备手册。

书中您将看到 清晰明确的建议，帮助您充分利用从用户访谈、调查和日志文件分析得到的结果，从而了解什么样的人访问您的网站，以及如何为他们提供最好的服务。

循序渐进的用户分类法，包括对调查结果进行统计分析的新技术。

建立可操作的人物角色的方法，将它们有效地应用在网站策略、设计和开发中。

在企业生涯中保持人物角色活力和生产力的有效方法。

作者简介

Steve Mulder，互联网咨询公司Molecular的首席顾问，因在人物角色领域的工作成果而闻名于世的演讲家，也是将理论成功应用于实践的用户体验专家，在用户研究、信息架构、交互设计和可用性领域有超过10年的工作经验。

. Ziv Yaar，Molecular的副总裁，负责互联网战略，帮助公司开发技术和商业策略，是融合市场分析学和人物角色能量的先锋人物。

.. 范晓燕，UCDChina发起人，交互设计师，从1997年开始从事互联网相关工作，拥有超过10年的互联网从业经验；现从事用户体验研究、分析，以及互联网产品的设计和管理工作。

推崇“以用户为中心”的设计思想，是用户体验设计的积极推广者和实践者。

书籍目录

对本书的推荐译者序致谢前言第1部分 人物角色介绍第1章 让用户回到“以用户为中心的设计”中去
去第一步：商业成果取决于用户第二步：您不是您的用户第三步：通过直接接触来了解用户第四步：
用户研究成果必须是可实施的第五步：基于用户研究成果进行决策第2章 接触人物角色人物角色
的好处两个快速成功的故事网站之外第2部分 创建人物角色第3章 创建人物角色的方法用户研究纵
览定性人物角色经定量验证的定性人物角色定量人物角色第4章 进行定性的用户研究进行访谈进行
现场调查进行可用性测试其他资源第5章 进行定量的用户研究定量研究和分析的价值定量研究计划
问卷调查网站流量统计CRM数据分析第6章 生成细分的人物角色测试细分选项创建定性细分对定性
细分进行定量验证应用定量细分第7章 使人物角色真实可信揭示关键差异取一个名字找一张照片展
示个人信息展现领域行业信息详细说明计算机和互联网使用情况撰写简介使用额外属性精心设计语录
加入商业目的确定人物角色的优先级别撰写场景第3部分 使用人物角色第8章 保持人物角色的活力
第9章 指导商业策略第10章 定义特性和功能范围第11章 指导结构、内容和设计第12章 衡量成果

媒体关注与评论

译者序 UCD (User Centered Design) 打破了长期以来在产品设计过程中忽略甚至漠视用户的局面, 它所提倡的“以用户为中心来进行设计”, 就是要求产品设计人员从内心把用户的需求置于一切需求之上。

从这个意义上讲, 与其说UCD是一种设计方法, 还不如说它是一种产品设计的思路。

人物角色 (Personas) 作为UCD方法中最重要的一个工具, 它使用的所有手段, 无一不是为了促进和巩固UCD的思路。

我们可以看到, 作者从一开始, 就在强调“用户”的重要性, 尤其是反复地说明“设计者不是最终用户”这个道理, 从用户研究方法到角色的应用小技巧 (海报、角色卡、T恤), 目的就是让“以用户为中心”的思想始终贯彻在整个产品的设计过程中。

这是最重要的, 也是很难做到的。

这是第一次, 有这样一本书详细地描述了角色创建和应用的完整过程。

在此之前, 国内的产品设计界、UCD的拥趸都只能根据一些零星描述和个人理解在这条路上艰难地摸索。

作为其中一员, 我对作者充满了深深的敬意和感谢, 正是他的分享, 使得我们更加坚信自己选择了一个正确的方向, 在这条路上走得也更坚定、更有信心。

很荣幸自己能有机会为这个行业和我的同行们贡献一点绵薄之力, 同时, 正如作者所说: “人物角色是一个发展中的工具。

”这意味着, 我们这些中国设计师, 也有机会在它的发展过程中贡献出自己的智慧。

这是机遇, 也是挑战。

最后, 感谢在本书翻译过程中给予我很多帮助的朋友们, 对于我不定期的叨扰以及突如其来的疑问, 他们回以了极大的耐心。

尤其感谢王博女士, 由于她给予我的适当引导和分析, 使得我翻译本书的过程变得更顺利、更高效了。

编辑推荐

对所有负责网站设计运营的人来说，本书是您的必备手册！

大量网站的实际案例，详尽地介绍了人物角色创建和应用的完整流程！

本书将伴随您走过创建人物角色的每一个步骤，包括进行定性。

定量的用户研究，生成人物角色分类，使人物角色真实可信等。

您也将学会如何有效地通过这个工具，来完成从指导总体商业策略，到确定信息架构。

内容和设计等细节的整个过程。

Steve Mulder的这本实用指南条理清晰、通俗易懂，阐述了充分发挥人物角色力量的最佳方法。

—Jesse James Garrett, AJAX之父 《The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web》的作者 Steve Mulder的研究和论述鼓舞了许多企业和团队通过研究人物角色去更好地了解他们的客户。

我们这些年来一直缺少这样一本书，现在终于有了。

—Kelly Goto 《Web Redesign 2.0: Workflow That Works》作者 在不断开发创新产品和服务的今天，引入和使用人物角色来进行设计，是必不可少的环节。

本书将告诉您如何开展研究，如何得到公司内部认可，以及怎样使它贯穿整个开发过程。

在读完此书后，Steve Mulder所做到的，您也能做到。

—Jared Spool User Interface Engineering创始人 最终，一些确凿的数字将会证实人物角色的杰出成果。

本书将帮助所有读者把这个强大的以用户为中心的技术带入自己的设计流程中。

—Jeffrey Veen Google设计经理、Adaptive Path创始人之一 在这本生动而诙谐的书中，Steve Mulder展示了人物角色如何产生有效的在线商业策略，如何使顽固的总裁和排斥新概念的市场总监们接受它们。

读完本书以后，您将创建出更好的人物角色，还将利用它们来建立高效的网站并成功推销给最难缠的客户。

—Jeffrey Zeldman 《Design With Web Standards》（第二版）的作者

<<赢在用户>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>