

<<下一站>>

#### 图书基本信息

书名：<<下一站>>

13位ISBN编号：9787802345416

10位ISBN编号：7802345413

出版时间：2010-4

出版时间：中国发展

作者：杨艾祥

页数：234

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>

## 前言

看过很多老师，用户体验不好，学生敬而远之；看过很多网站，用户体验不好，门可罗雀；看过很多报纸，用户体验不好，读者寥寥。

看过很多身为丈夫的男人，用户体验不好，妻子愁容满面。

所以，做老师、做报纸、做网站、做人，都要讲用户体验。

而我这一辈子，恰恰是从做老师、做报纸、做网站、做人这么一路走过来，用户体验好与不好，别人不好说，自己也真的是一言难尽。

拜读了杨艾祥的用户体验大作之后，忽有所悟。

一来郑重向各位推荐本书；二来结合我运营猪八戒网的经验，单说一下做网站的用户体验。

对于一家互联网公司，最重要的是赢利，但比赢利更重要的，是产品本身，简而言之，就是我们所设计的这个网站。

一个互联网公司怎么赢利？

可能大家会有很多种商业模式，但归根结底，是依附于产品之上。

每个网站，都有属于自己专属的互联网产品，比如新浪的主打产品是新闻，腾讯的主打产品是QQ，猪八戒网的主打产品是创意交易。

## 内容概要

苹果、Google、百度、新浪、亚马逊……从本质上讲，它们的成功都是用户体验的成功。通过对用户体验的研究，这些企业成功实现了对用户的吸引、粘连甚至是某种控制。作为资深的互联网一线管理者，作者希望通过《下一站用户体验》将国内外一流公司对于用户体验的经验，以及自己在互联网运营中的宝贵探索介绍给读者，包括什么是用户体验，用户究竟在乎什么样的体验，用户体验是心理需求还是功能需求……当然，《下一站用户体验》更大的看点还在于。作者详细分解了用户的核心需求，从视觉体验、互动体验、浏览体验、友好体验、安全体验等角度进行了分析研究，并给出了诸多解决方案。

用户体验尽管起源于IT产品，实际上任何个人、任何产品、任何行业的竞争背后都是用户体验的竞争。

所以，掌握用户体验，就可以掌控未来大业。

## 作者简介

杨艾祥，商界传媒新媒体事业部副总编。

具有多年的财经媒体以及互联网就职经历。

参与创办过SNS、分类信息、点评、门户等近年流行的多类网站。

岗位从内容编辑到产品构架以及网站的整体运营。

他还是畅销书《苹果CEO！

斯蒂芬·乔布斯的脑子在想什么》、《巨人归来》、《马云创造——颠覆传统的草根创业者传奇》、《互联网下的蛋：12位网络创业者制造的传奇》的作者。

## 书籍目录

Part 1 那些让人讨厌的流氓行为 01 这是个烦躁的世界 事关3.84亿人的烦躁 司空见惯的流氓行为 给用户的错愕或者挫败 02 这个世界没有新物种 Google成功的秘诀在于改善用户体验 Google的用户体验原则 让苛刻的人管用户体验 03 美丽的错误 觉醒后的陷阱 用户体验并非我们所想Part 2 用户究竟在体验些什么 01 腾讯为什么那样牛 总能为腾讯产品找到前辈 马化腾的用户体验观 02 用户需要什么 用户需要更“方便” 用户需要“复杂” 用户的需求是随时变化的 03 把用户当不当用户 需要遵循的用户习惯 可以颠覆的用户习惯 是否要尊重用户习惯是个无解的话题Part 3 人人都爱美女 01 永远没有最好的网页尺度 影响第一刺激的诸多因素 960是怎么来的 页面大小一般的规则 内容的650的法则 02 最方便地让用户捕捉到他想要看到的 帮助用户过滤内容 给用户找到内容的地图 放弃看上去很美的效果 03 让一切都看上去很美 让站标、Logo亮起来 让图片更合理 页面的色彩 04 一定要记得随时减肥 页面代码体积影响SEO 理解页面体积 给页面减肥Part 4 没有互动就没有互联网 01 只有互动才能让用户为自己打工 只有互动才可以帮助我们打败新浪 用户互动的营销价值 互动带来的社会关系革命 02 会员!会员!会员!! 会员申请：如何把会员“忽悠”到你的网站 会员注册：流程清晰、简洁 讨厌的验证码 03 为了互动的页面呈现 关于人机互动问题 让人与人交流Part 5 浏览就是要留住你 01 逻辑不仅是给自己看的 理解网站的结构 网站结构不仅仅影响用户体验 02 浏览的力量 来自导航的诱惑 信息传递的“诱惑” 栏目和位置带来的浏览诱惑 03 把用户当“傻瓜” 直接让用户消费你的网站 给用户傻瓜式的浏览 内部搜索 内部的相互嵌入 页面设计的其他注意事项Part 6 就是要友好 01 人人都爱有礼貌的网站 为什么宜家总让人有购物的冲动 友好的体验会产生连锁反应 想一想你是如何用礼貌搞定用户的 02 快速响应是友好的基础 没有用户愿意等待 让页面奔跑起来 用户能够忍受的流程极限 03 为朋友两肋插刀 朋友就是即时提供帮助 用户是用来安慰的Part 7 信任是你给用户的力量 01 安全第一 安全的设计事关生命和财富 网站的安全是用户信任的基础 02 可信度问题 占据互联网的优势位置 规范的内容呈现让人相信你的正规后记

## 章节摘录

插图：当然，说得更直接一点，很多人都应该是Google一代。

不信，你可以问问自己是否也有这样的经历：在网上选好了款式，然后去打了广告的大商场买衣服，却发现绕了几圈，总找不着这个品牌的专柜。

于是，很恼火地放弃，发誓：“再也不来这个商场买东西了！”

街头的广告牌总是摇摇欲坠，真担心某一天会掉下来砸中广告牌下面摆摊的大爷，但是，从来没有人主动去管一管，甚至那位可能会被危及生命的大爷也是如此。

于是，提醒了几次那老大爷之后，再也不去那个街道游荡，害怕意料之中的事情发生。

去街边的卫生间，总是湿答答的，尽管门口就坐着守卫生间的大妈，但是从来就没有看到她去清洗过。

于是，一句“肥水不流外人田”之后，奔回家。

到任何一座城市，都是乱哄哄的，因为每一座城市都一样在改建、在扩建……很多地方的道路，你走了很远，最后出现的是一个“禁止通行”的标识。

这就是我们每天都必须面对的让人烦躁的世界。

所有的这些经历都不符合我们Google一代的需求，总是不方便，总是需要等待，总是重复，总是循规蹈矩。

我也不例外：当每一个上班日，我从中国的第四个直辖市——重庆市渝北区一个所谓富人区的盒子里睡眼蒙眬爬出来的时候，注定这一天就会有着太多的烦躁。

## 后记

首先，我必须要感谢我现在就职的商界传媒新媒体事业部，特别是商界财视网的每一位同事，是在他们的督促下，我才终于将这本书完成。

尽管，这不是我写的第一本书，但是这个过程让我感到史无前例地纠结。

与其说，这是我的个人作品，更应该说是我们这个团队的作品，我每天都从我周围的同事身上学习，我总在问他们对于色彩、内容吸引、流程设计等诸多问题。

在这本书中，我试图完成多个“任务”。

我想讲明白被炒得沸沸扬扬的用户体验究竟是怎么回事——尽管我写的是互联网的用户体验，但在书中，我不断强调，用户体验关乎任何产品，有入的地方就有用户体验；我也想说明的是，用户体验并不仅仅是技术问题，更是心理问题和生活问题。

我还想打破传统的讲技术问题就非得用技术的语言或者学术的语言，就非得用教育人的口气去叙述的惯例。

<<下一站>>

媒体关注与评论



编辑推荐

《下一站用户体验》：揭示新浪、百度、腾讯、Google等网站吸引用户的真正秘密。  
互联网一线管理者的实践经验。  
国内第一本用户体验通俗读本。  
猪八戒网CEO朱明跃作序推荐。

<<下一站>>

#### 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>