

国际体验设计大会
INTERNATIONAL CONFERENCE OF
EXPERIENCE DESIGN 2015

IxDC

重新定义用户体验

REDEFINING USER EXPERIENCE

2015年11月13-15日 | 上海浦东香格里拉大酒店 | 上海浦东新区世纪大道1500号

官方网站: www.ixdc.com.cn

C5工作坊

平衡设计质量与效率

通过设计促进项目商业收益





董狮伟(朱有蓉)



TMALL
UED

天猫用户体验部



设计四维

平衡设计的质量与效率

Designed by 赵伟（木有） & 董佩伟（不茛）



设计师的成长阶段

- 1.在乎页面表现
- 2.关注某一产品线
- 3.考虑复杂产品的一致性
- 4.成为业务首席体验师



设计师的成长阶段

1

在乎页面表现

2

关注单一产品线

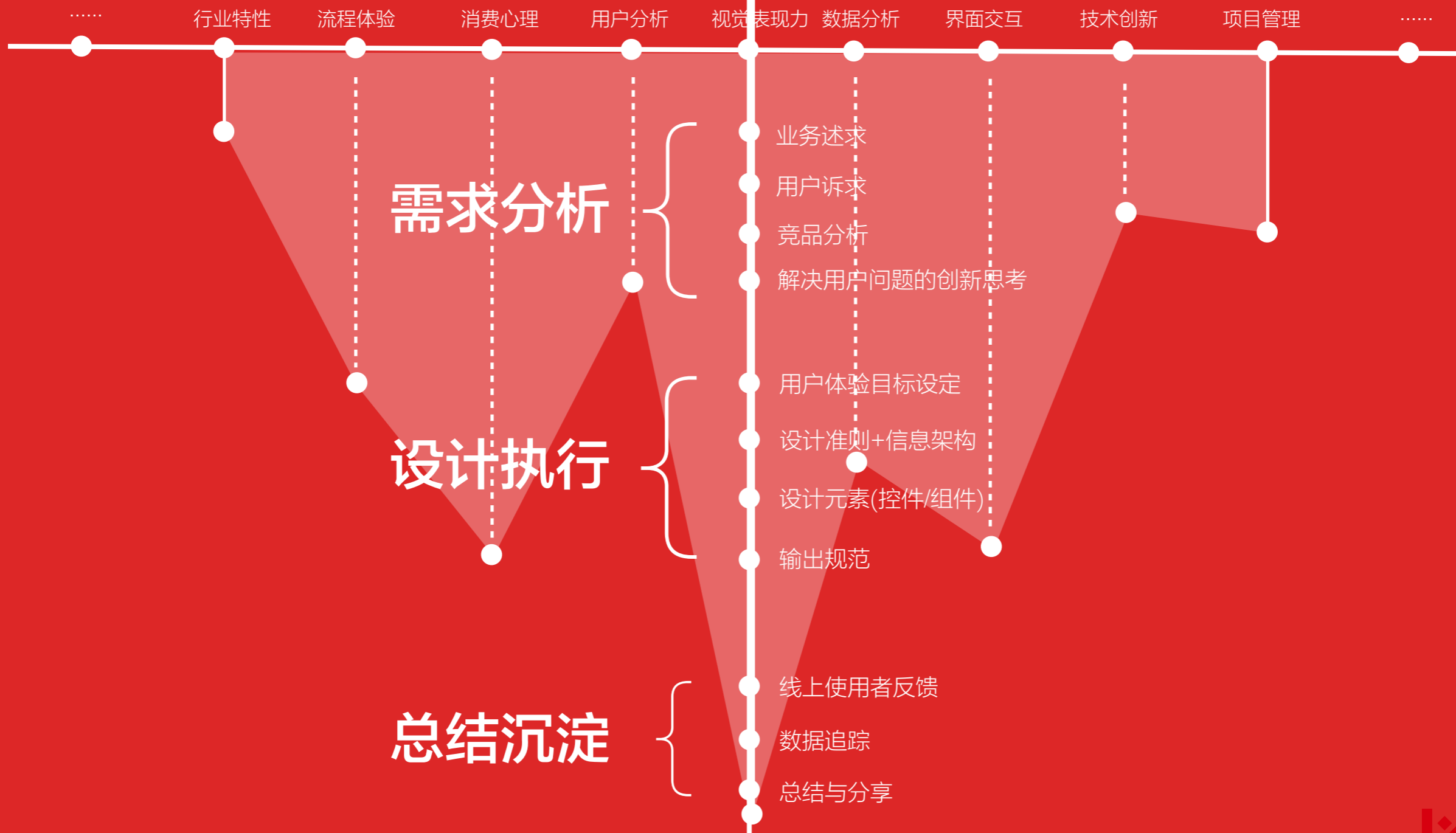
3

思考复杂产品
一致性

4

成为业务首席
体验师

设计力



设计师的成长阶段

公司

质量

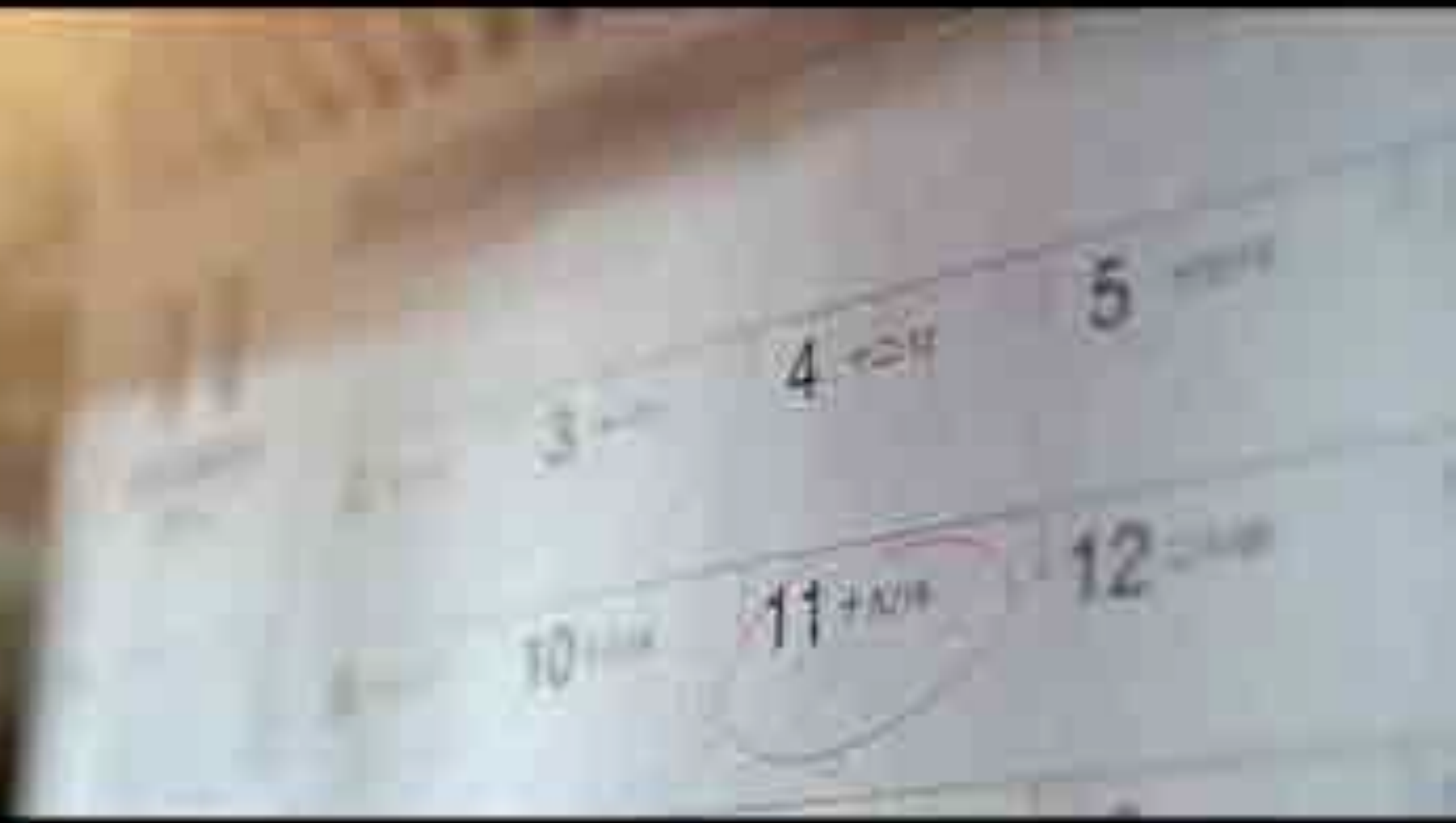
效率



设计质量与效率

天猫双11会场项目





天猫双11项目

571 亿+

11.11
HALL
MEMBERSHIP

01 50 41

11.11.2014 11:50:41

再抢一次

50% OFF 男装会场
再不抢就木有啦!



再来1波视频

天猫双11会场项目

需求
Demand

参与的人少
理思路

设计
Design

精兵突击
重质量

执行
Perform

多人协同
重效率

总结
Conclusion

理收获

天猫双11会场项目

需求
Demand

- 充分利用资源
- 体验目标

设计
Design

执行
Perform

总结
Conclusion

充分利用资源

体验目标

“我掌握的资源
够吗？”

需求 设计 执行 总结

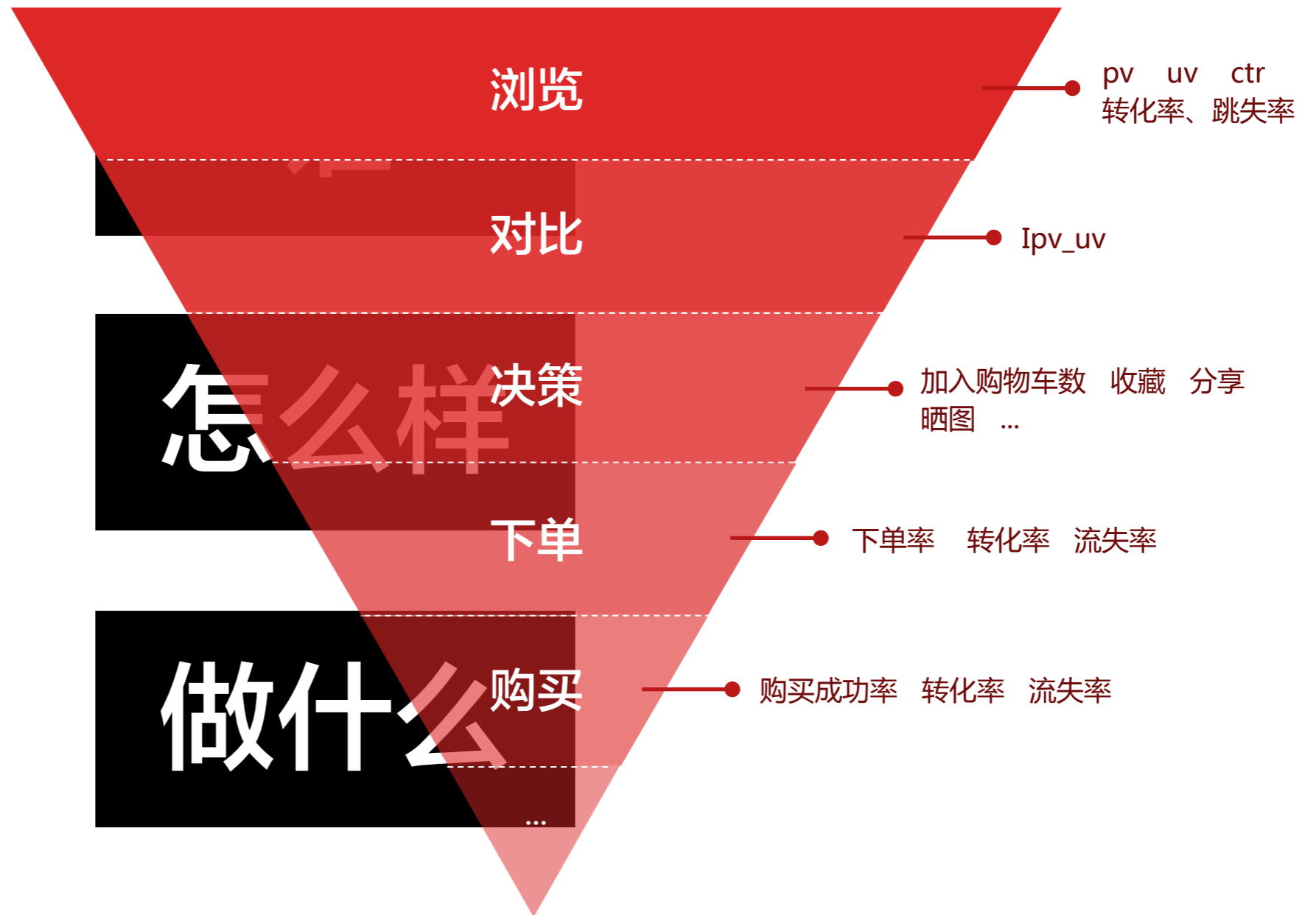
充分利用资源

体验目标

~~8 × 8 × 2~~

400

让消费者购物行为金字塔





让用户更愉快的浏览



让用户更高效更持续的寻找商品

天猫双11会场项目

需求
Demand

设计
Design

- 切入点
- 模块化设计

执行
Perform

总结
Conclusion

需求 **设计** 执行 总结

用户体验设计

综合

非标类

标类

从新 定义生活

双11来了

大牌汇聚 新品狂欢



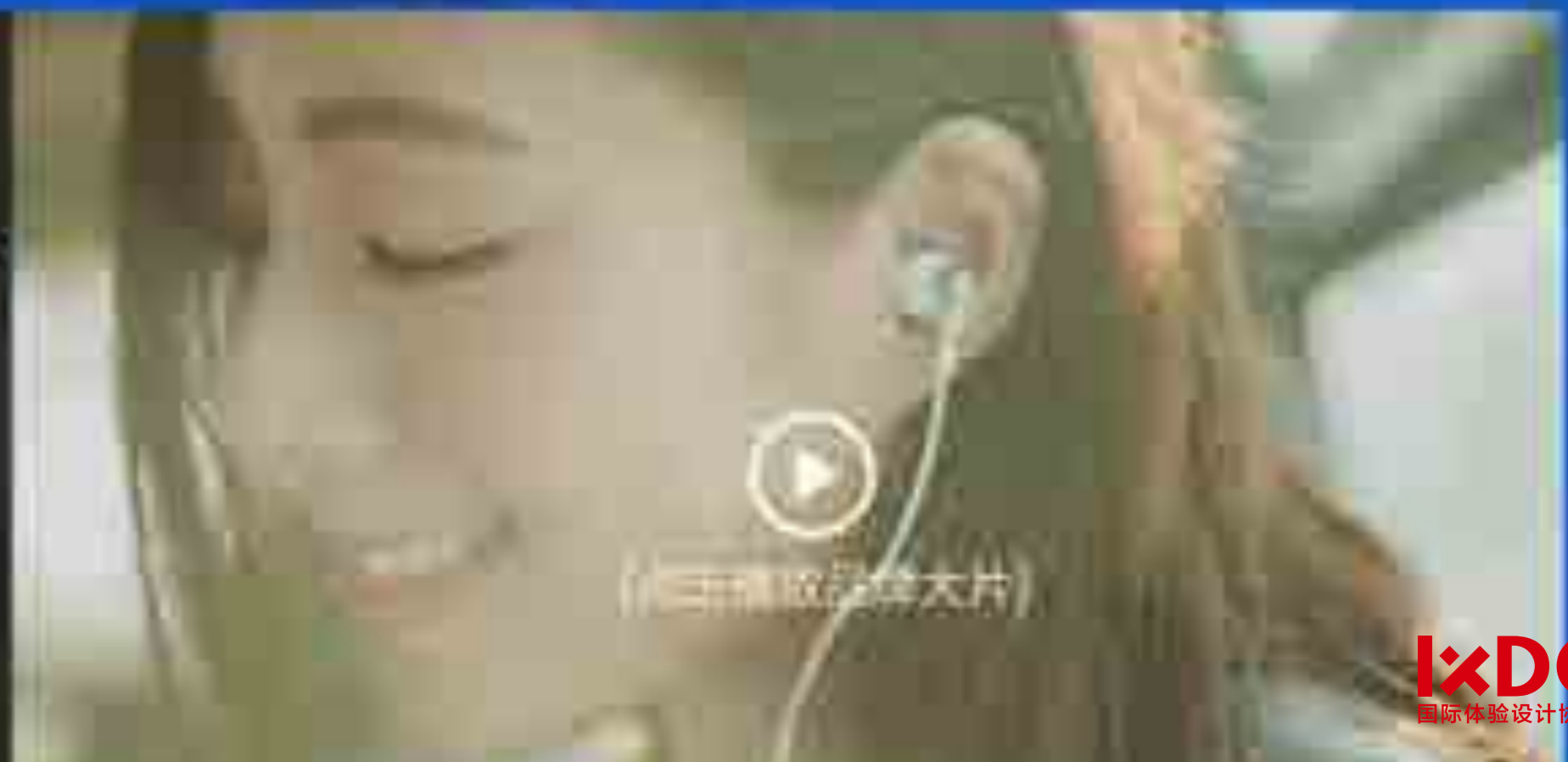
从新定义生活

天猫电器城

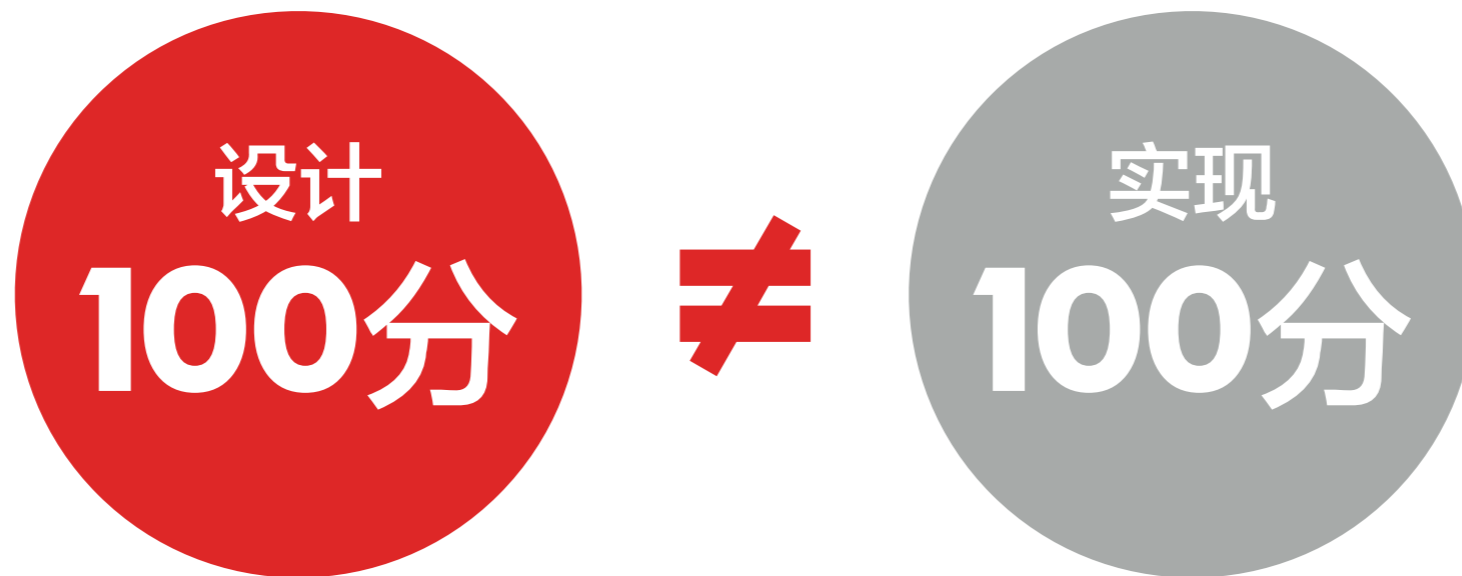
电器城品牌新定位
从新定义你的生活

从新从心重新

[点击了解更多>>](#)



技术限制



11.11 狂欢夜

10:00:00



双十一 来了



电器城分会场

热卖单品 直降到底!



11.11 狂欢夜

10:00:00



双十一 来了



电器城分会场

热卖单品 直降到底!



需求 **设计** 执行 总结

切入点

模块化设计



从新
定义生活

双11来了

大牌
新品

氛围
(感性)

从新定义生活
天猫电器城
电器城品牌新定位
从新定义你的生活
从新从心重新
点击了解更多>>



操作
(理性)

logo

天猫电器城

会场名称

心智文案

行动点

时间

逼格文案

商品图

利益点

背景素材

从新定义生活

天猫电器城

电器城品牌新定位
从新定义你的生活

从新从心重新

点击了解详情>>



logo

逼格文案

会场名称

行动点

时间

利益点

商品图

背景素材

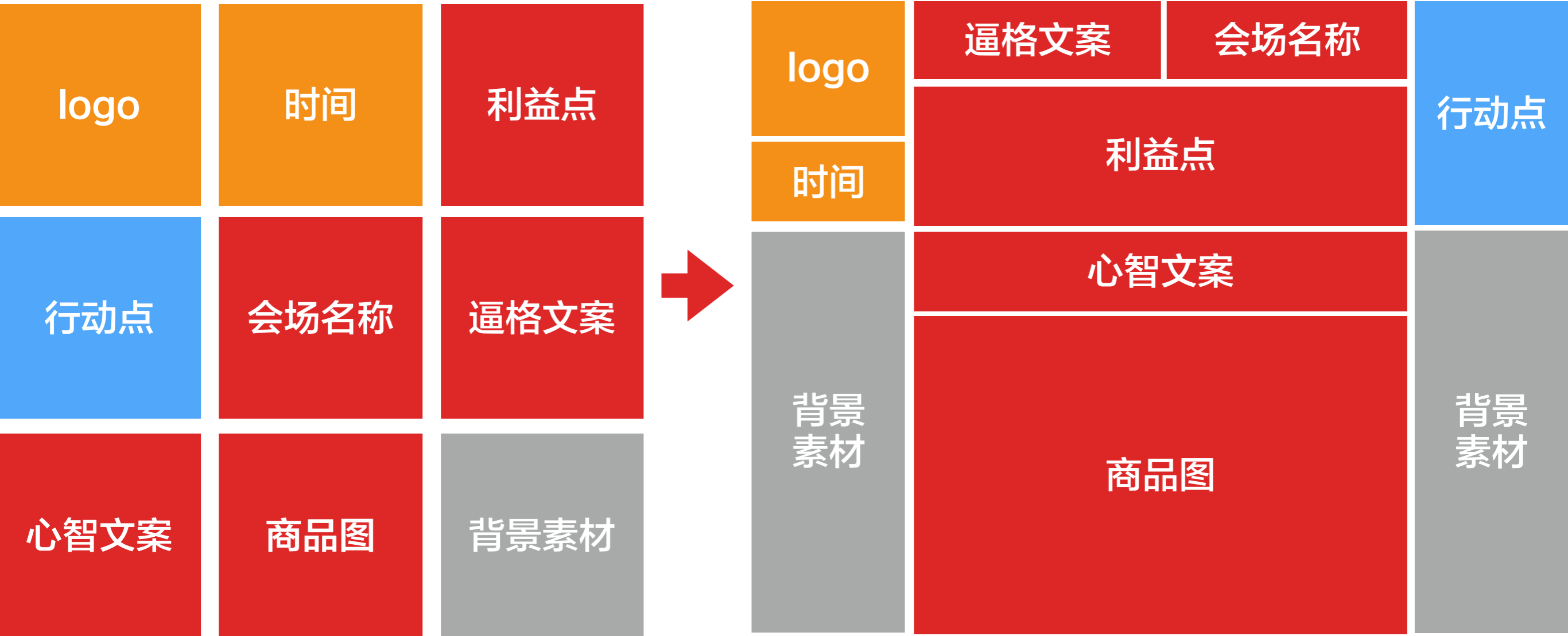
心智文案



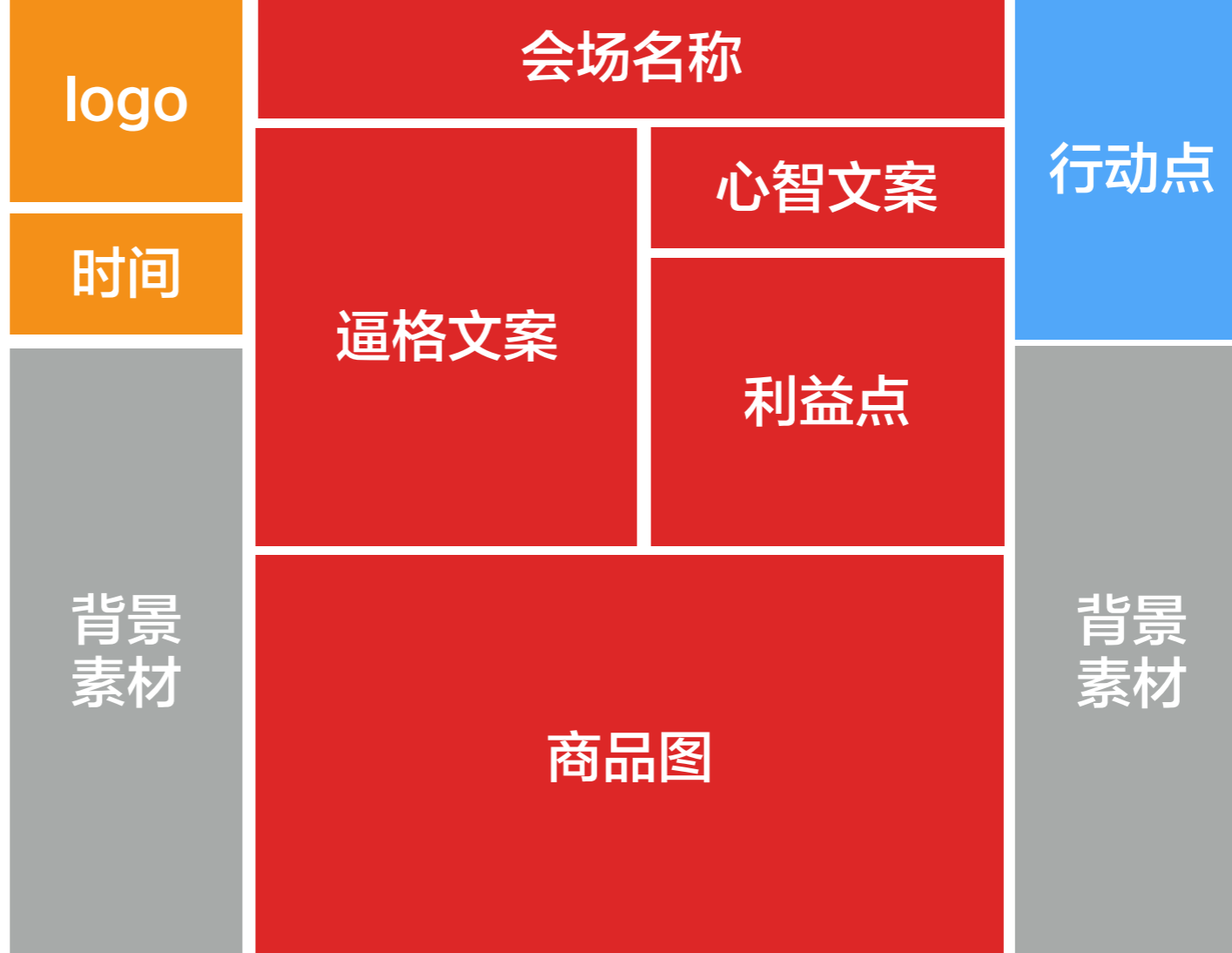
提炼优先级

logo	时间	利益点
行动点	会场名称	逼格文案
心智文案	商品图	背景素材

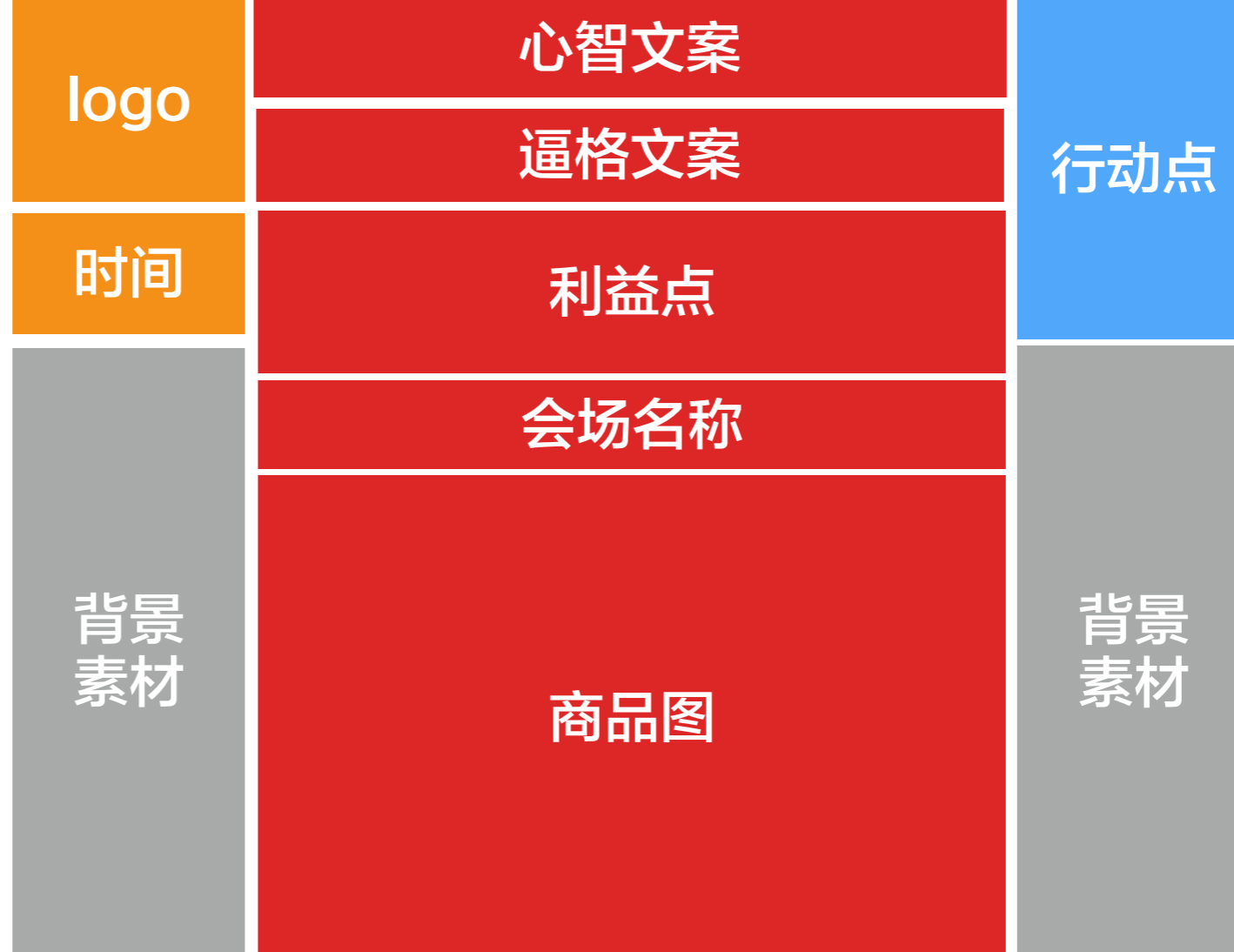
组装



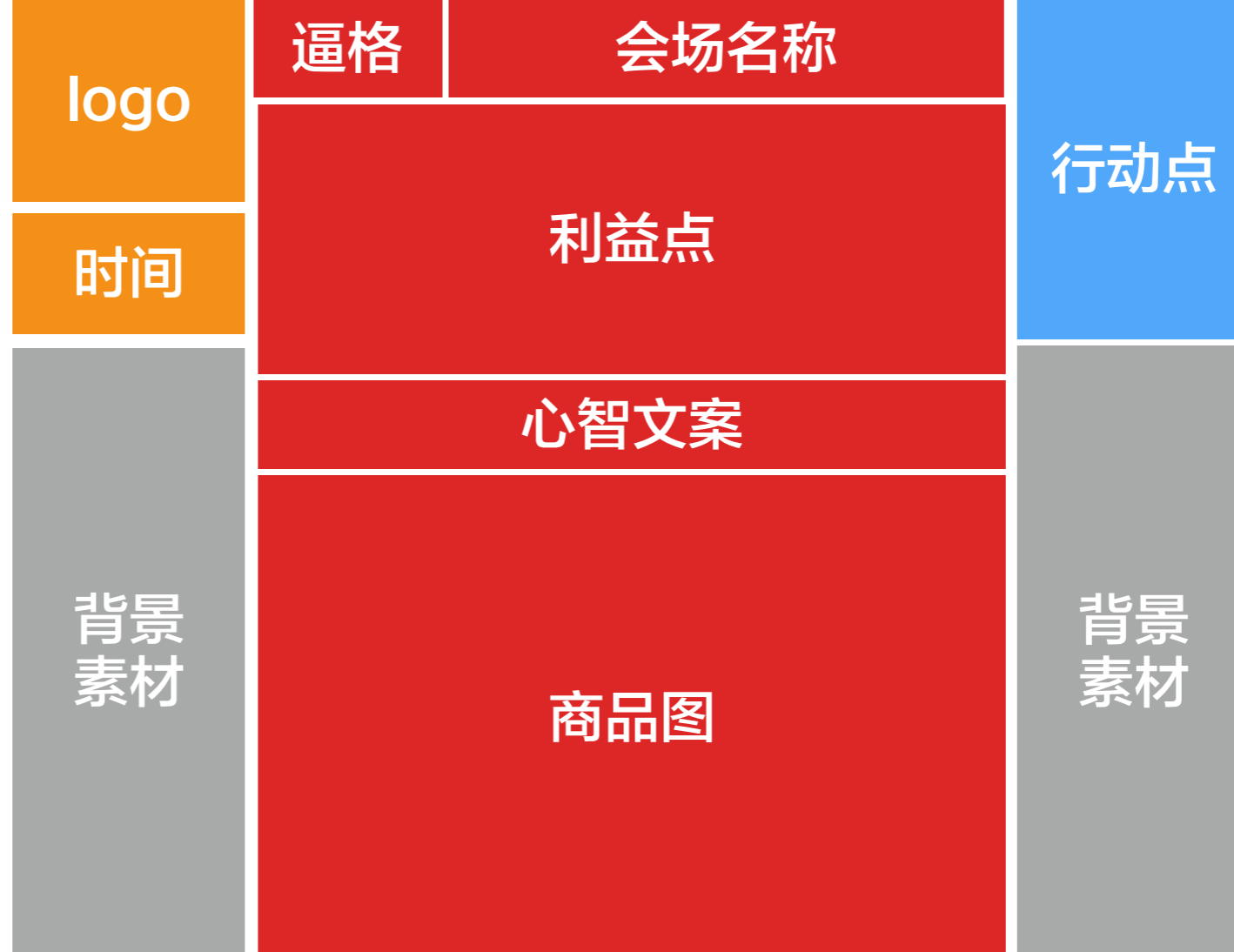
多变样式 第1波会场



多变样式 第2波会场



多变样式 第3波会场



题图
模块化

```
graph TD; A((题图模块化)) --- B((共性元素)); A --- C((提炼优先级)); A --- D((组装)); A --- E((多变样式));
```

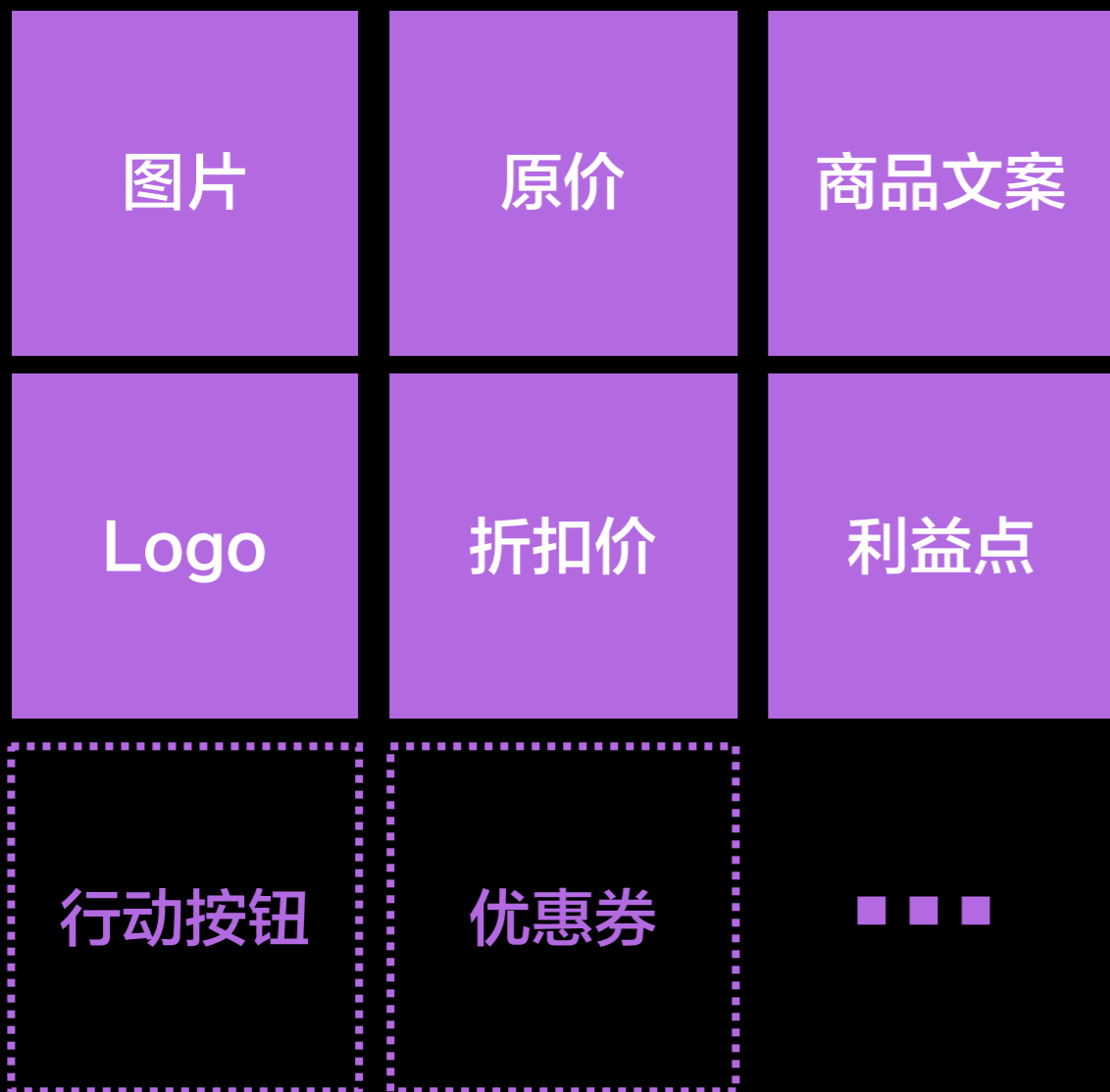
共性元素

提炼优先级

组装

多变样式

讨论：双11商品单元模块的优先级



基于提供的共性单元，回答下面1个问题：

1、判断模块优先级，理由是什么？

06:00



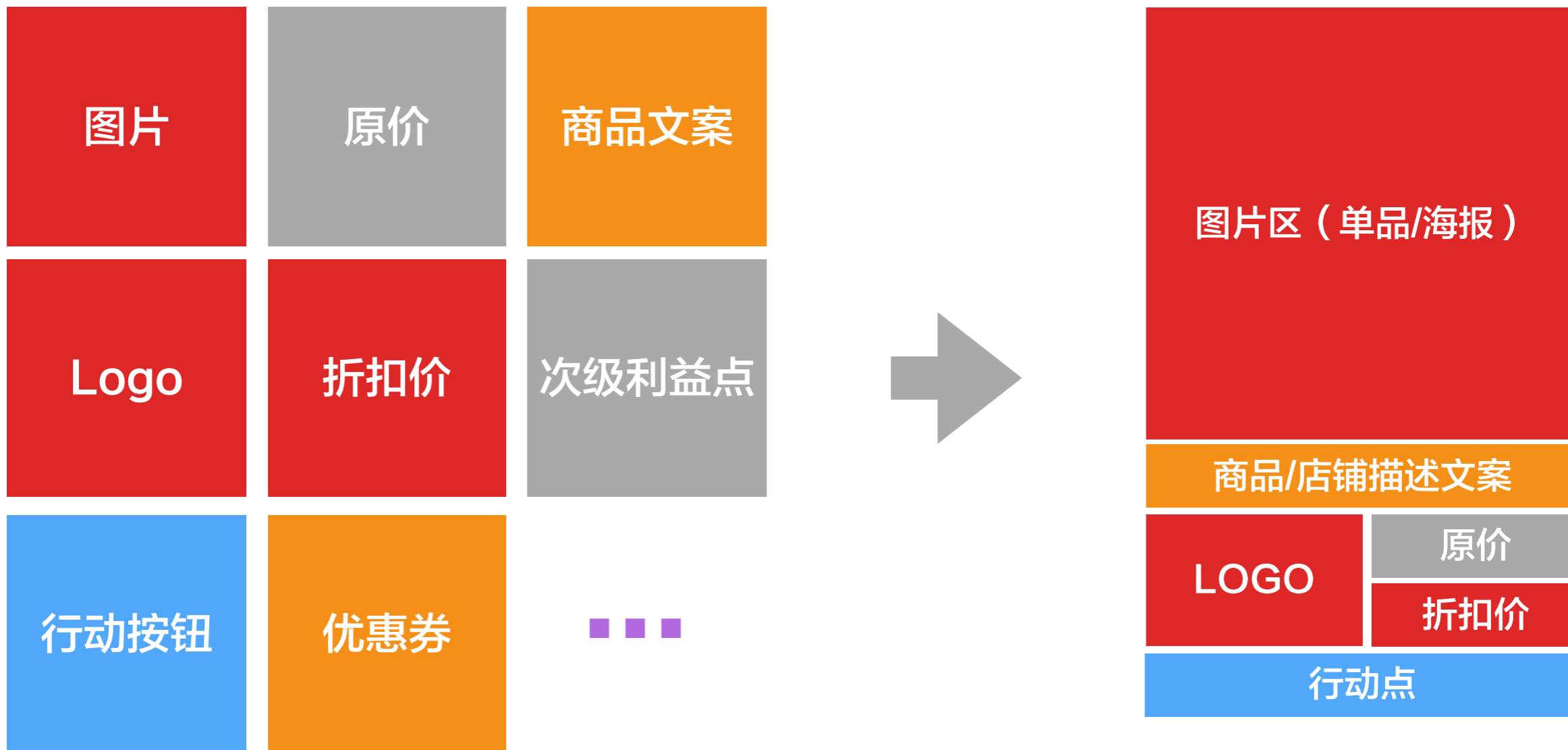
梳理共性单元



提炼优先级



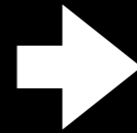
组装



多变样式



话题延展：





天猫双11会场项目

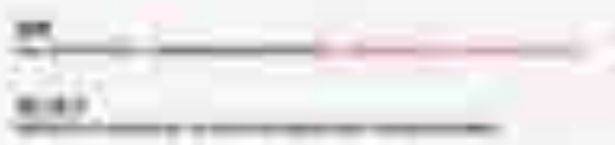
需求
Demand

设计
Design

执行
Perform

总结
Conclusion

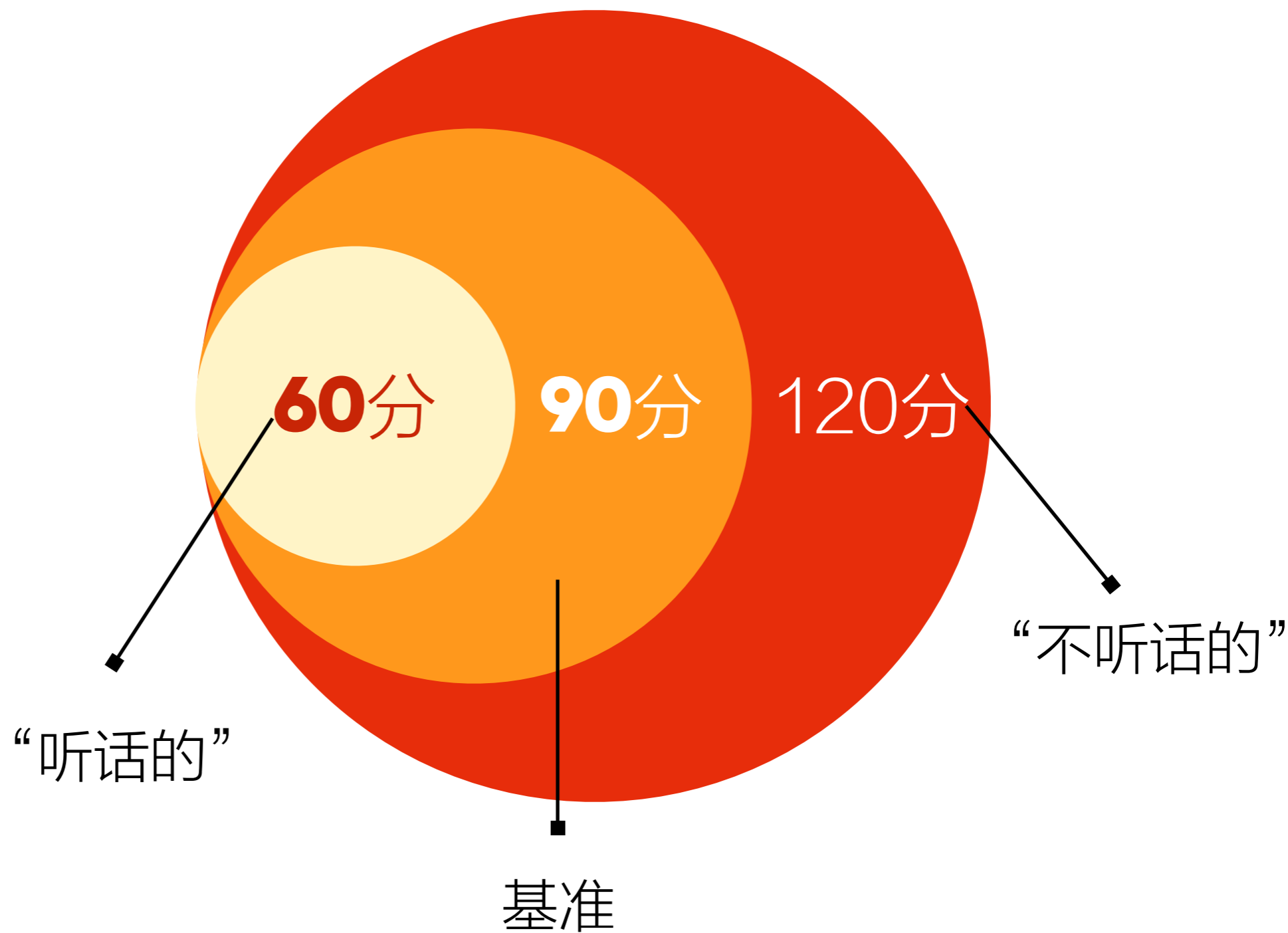
- 执行的差异
- 突破120分



**规范都有了
要我干嘛？**

执行的差异

突破120分



需求 设计 **执行** 总结

执行的差异

突破120分

“ 不做行活儿
不绣花 ”

需求 设计 **执行** 总结

突破





突出业务心智

流量充分利用

基于用户问题的创新

找更多、找其他

共情的设计

看看都在买啥

小投入大产出

减少阻力，结果最大化



需求 设计 **执行** 总结

3%占比
“好评”

讨论



讨论



- 1、区块在页面中的点击占比**4%**,相邻区块点击占比**10%+**
- 2、5屏点击数据关系：**10:6:3:2:1**
- 3、运营说“长得一样，品牌商没兴趣，我们想**去掉**这块了！”
- 4、用户说“习惯性**忽略**的广告”
- 5、“听话”设计师说，“这组件是规范，要**统一**”

讨论：服装行业频道广告区块

10:00

前提：

- 1、点击占比4%，
- 2、衰减严重
- 3、运营说，去掉这块？
- 4、用户习惯忽略？
- 5、是规范，要统一？

试由业务心智、基于用户问题的创新、共情的设计、小投入大产出等方面分析以下的问题：

- 1、是否要保留广告区？为什么？你需要考虑什么点？
- 2、假设要保留广告区？你会怎么做？分享下你的结果。





突出业务
心智

基于用
户问题的
创新

共情的设
计

小投入大
产出



4%

16% (页面点击小幅上涨)

10:6:3:2:1

10:9:7

忽略

用户说“挺有印象的”

没兴趣

品牌说“怎么才能上那个位置”

去掉

运营说“时尚啦，我们想增加数量”

除服装外，还有多个行业在引用中...

天猫双11会场项目

需求
Demand

设计
Design

执行
Perform

总结
Conclusion

- 经验教训
- 数据与反馈

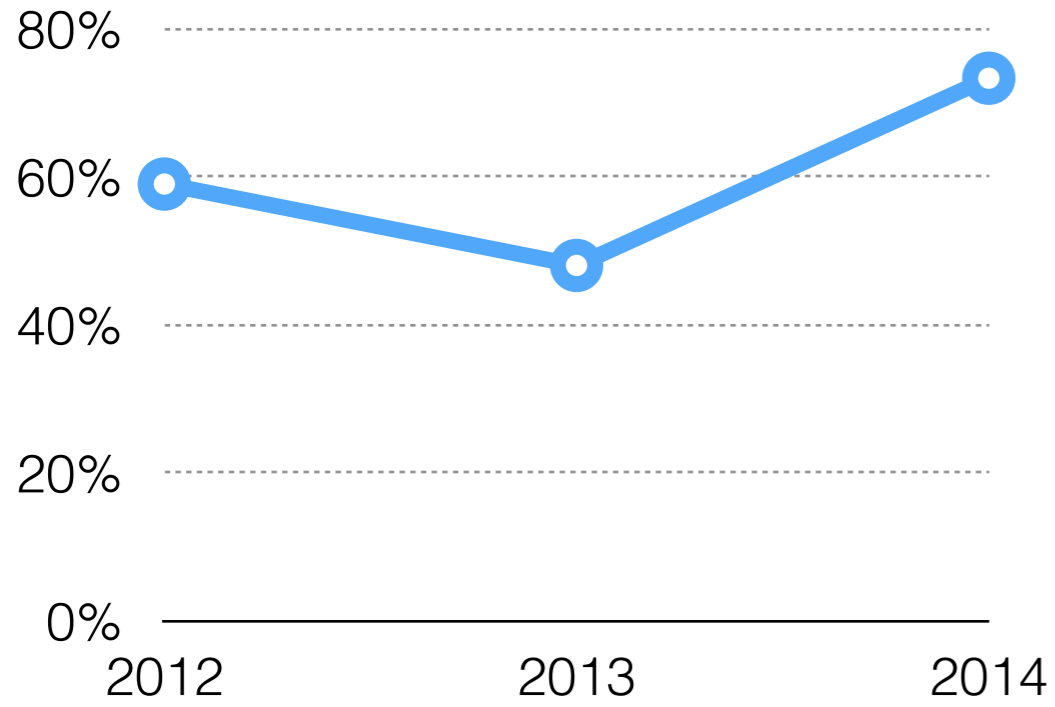
需求 设计 执行 **总结**

经验教训

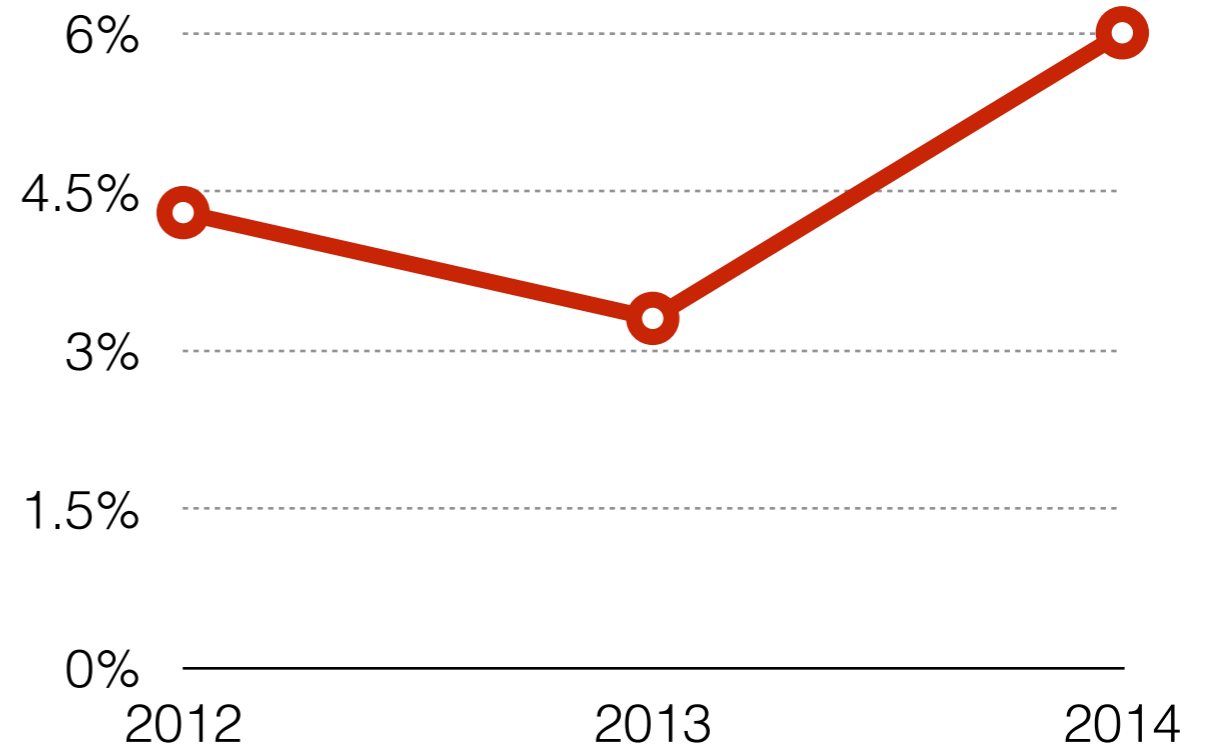
数据与反馈



数据表现证明价值



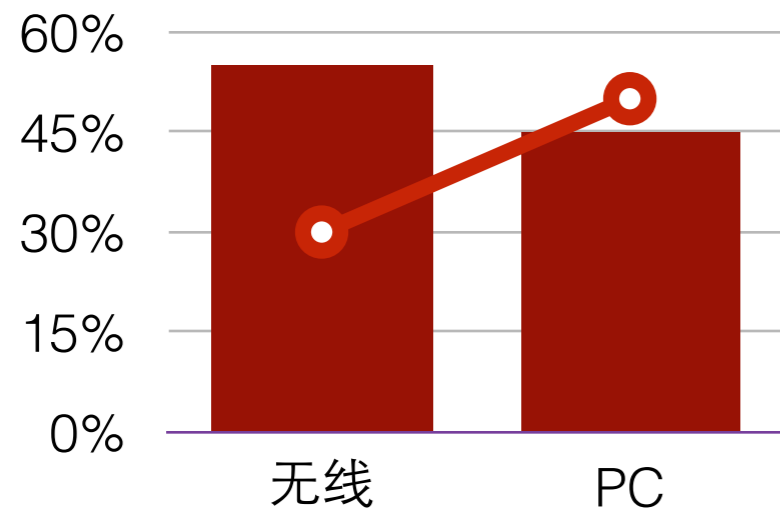
会场页面UV点击率



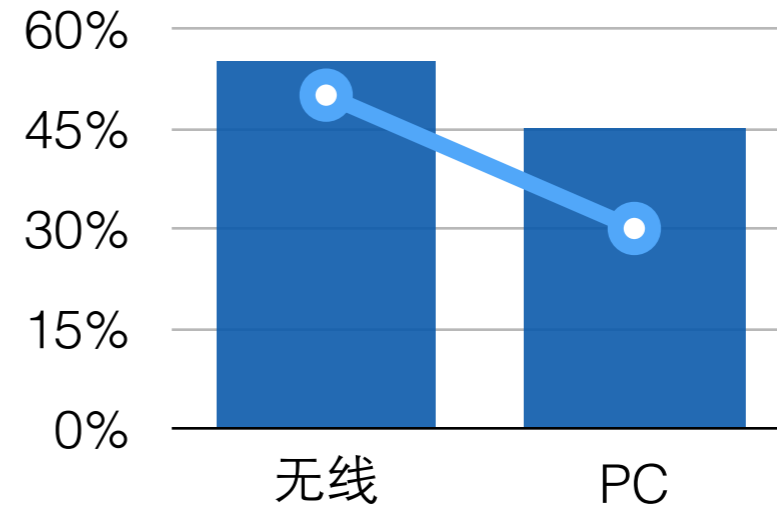
会场购买成功率

数据表现引发思考

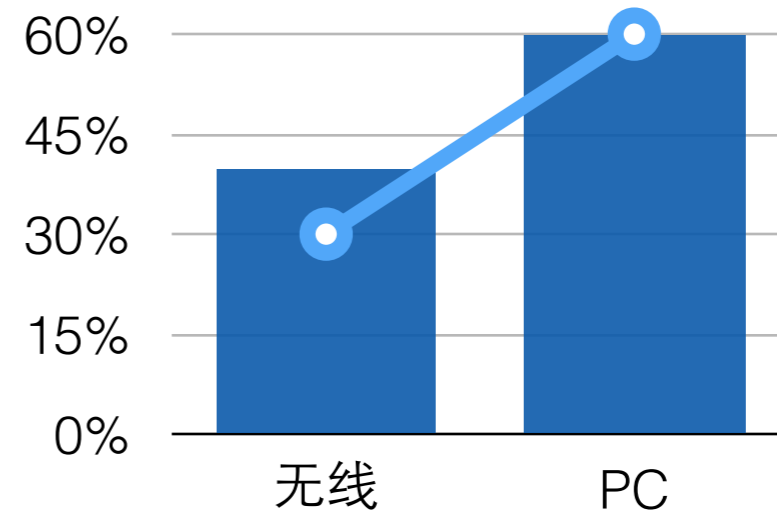
行业整体情况



家电、家纺、汽车、优化无线体验



户外、箱包 优化投放, 优化基础链路



做的多不等于做的好!

所以别忘记如何做更好!



THANKS

Designed by 赵伟（木有） & 董佩伟（不茛）





Q & A





工作坊微信群



IXDC

国际体验设计协会

联系方式

官网: ixdc.org

邮箱: design@ixdc.org

地址: 广州市天河区珠江新城24号2楼

电话: 4000-7218-88

扫一扫，获取更多资讯



官网: ixdc.org



邮箱: design@ixdc.org



微博: t.cn/R4L7T9

IXDC活动预告

9月: Workshop

服务设计——成都

9月: Workshop

产品设计与品牌——成都

10月: 精英人才营

2015用户体验精英人才营——成都/深圳

11月: 大会

2015国际设计精英大会——深圳

国际峰会

服务设计之旅——西塘/杭州

12月: 大会

2015国际用户体验大会——杭州

10月: 国际峰会

服务设计之旅——乌镇