



# 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

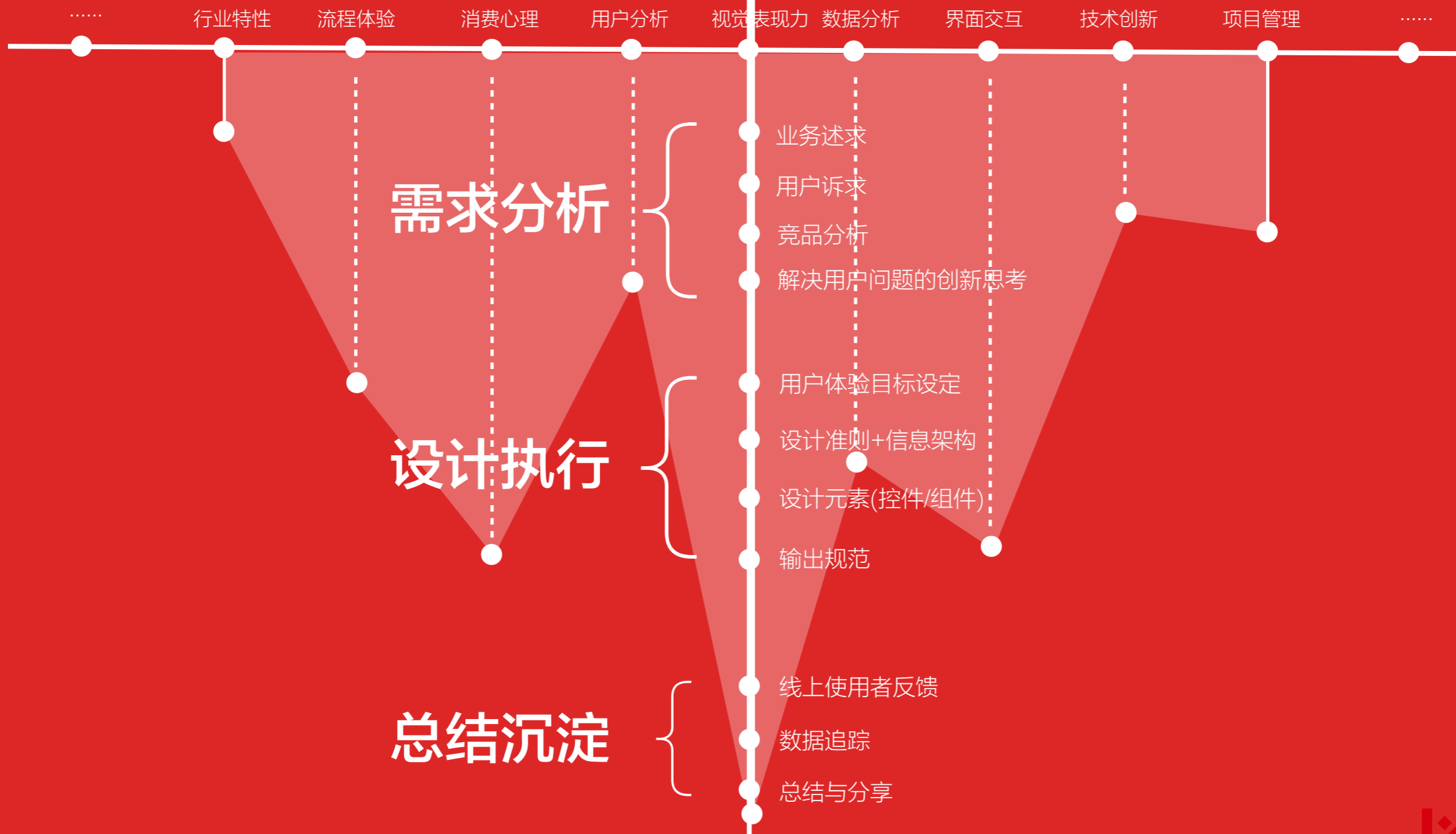
**3**

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

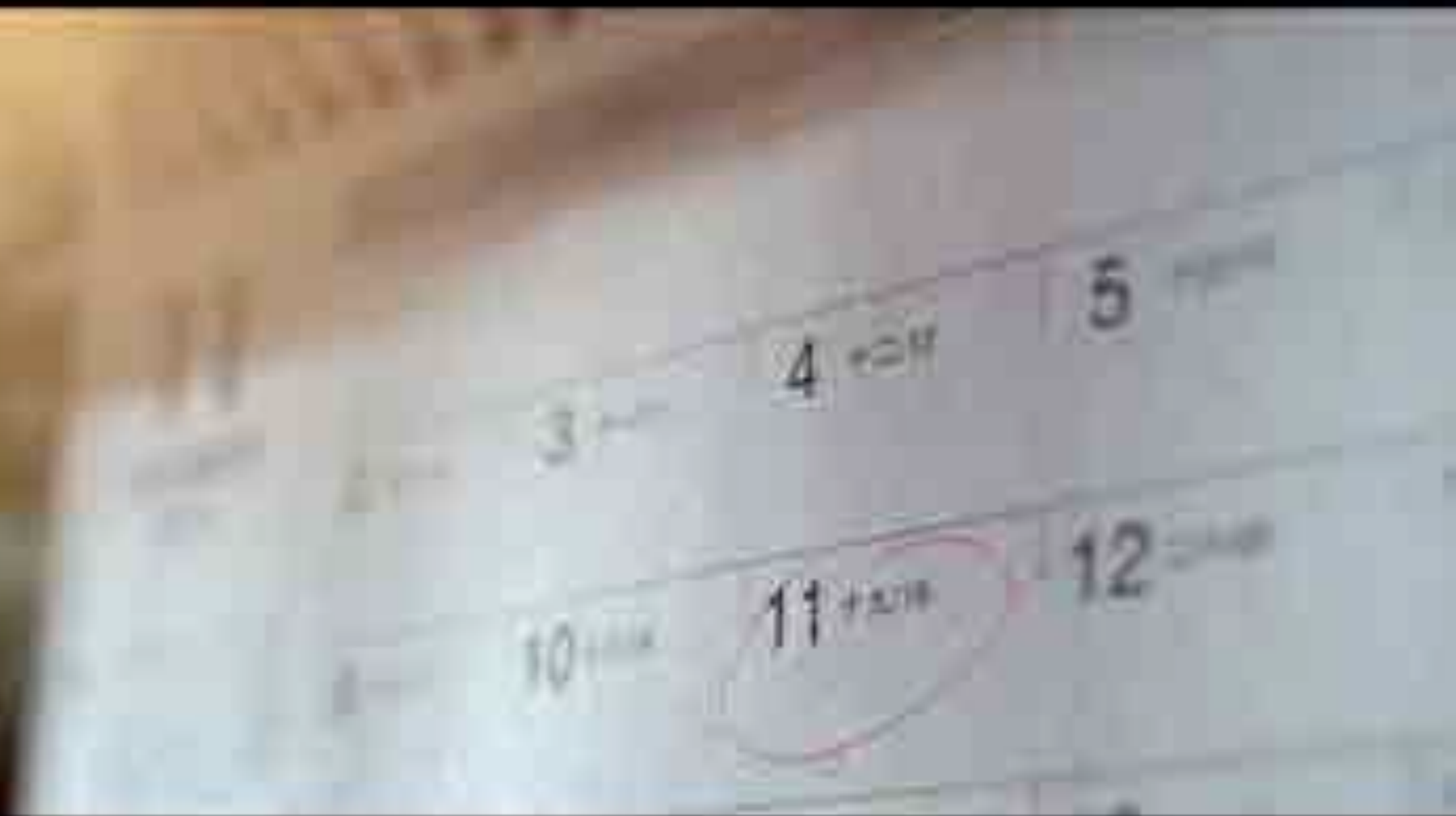




# 设计质量与效率

天猫双11会场项目





天猫双11项目

571 亿+

11.11  
全球狂欢日

01 20 11

11:11:11

# 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

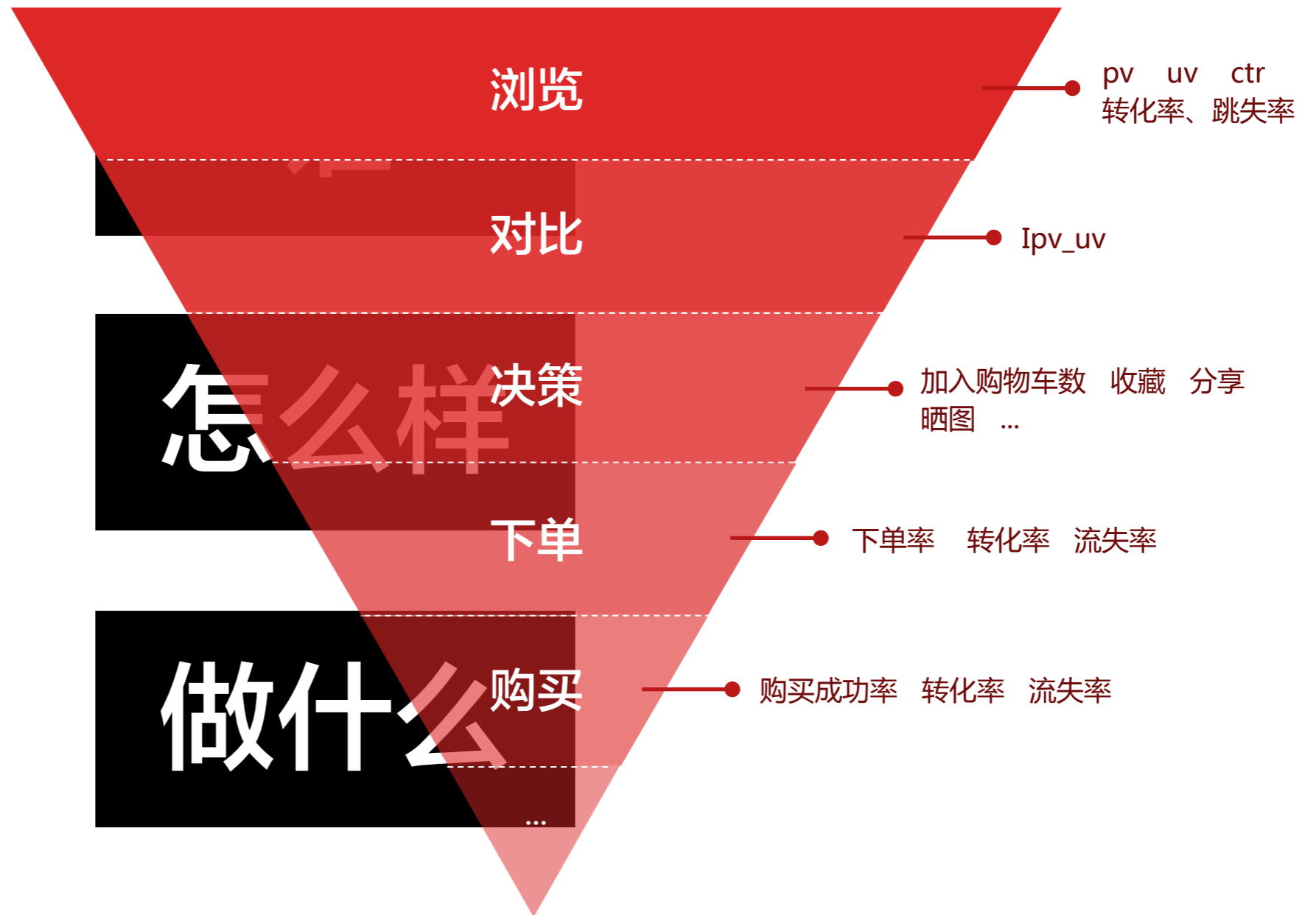
充分利用资源

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

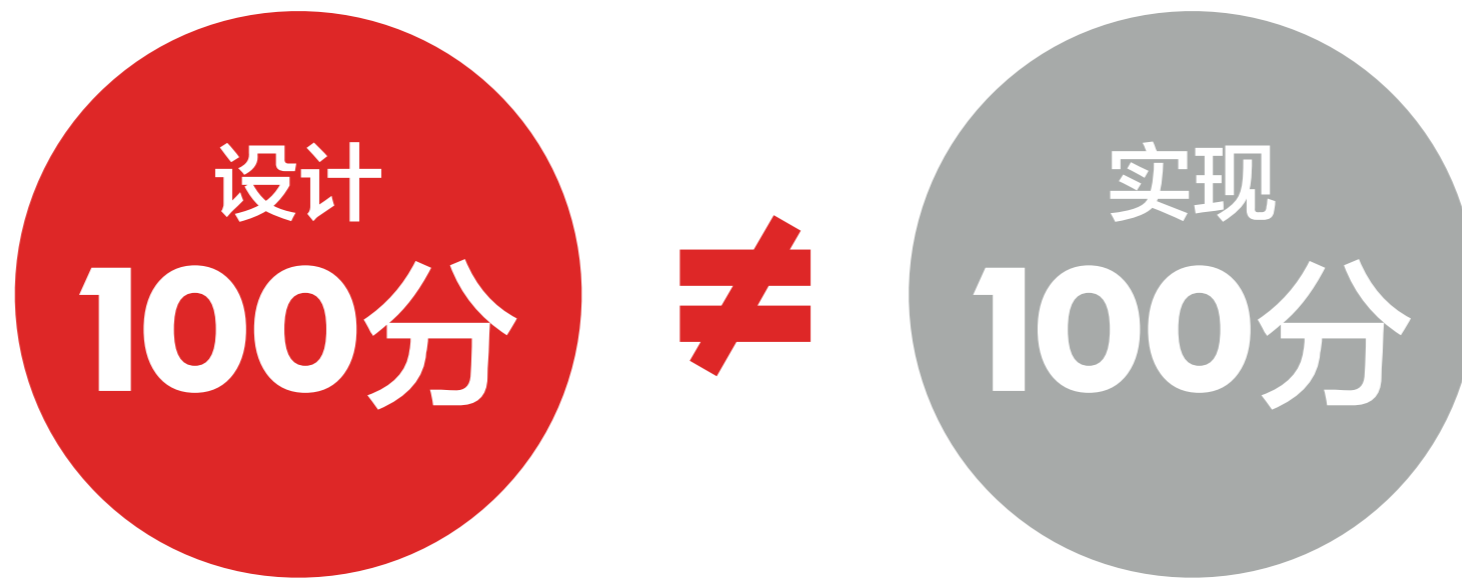
[点击了解更多>>](#)



(来自品牌宣传大片)



# 技术限制





需求 **设计** 执行 总结

切入点

模块化设计



从新  
定义生活

双十一来了

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

会场名称

行动点

心智文案

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

点击了解更多>>

（来自天猫电器城大片）

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

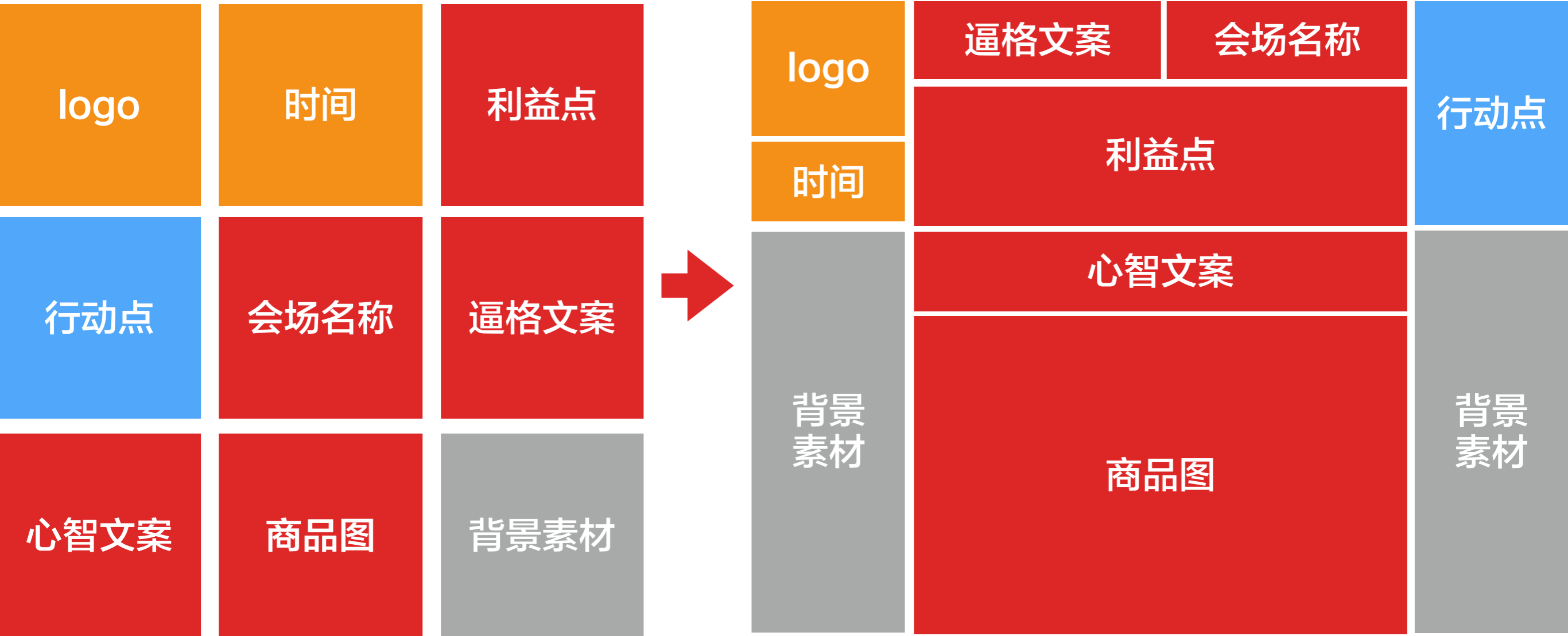
天耀服饰 新店秀场



# 提炼优先级

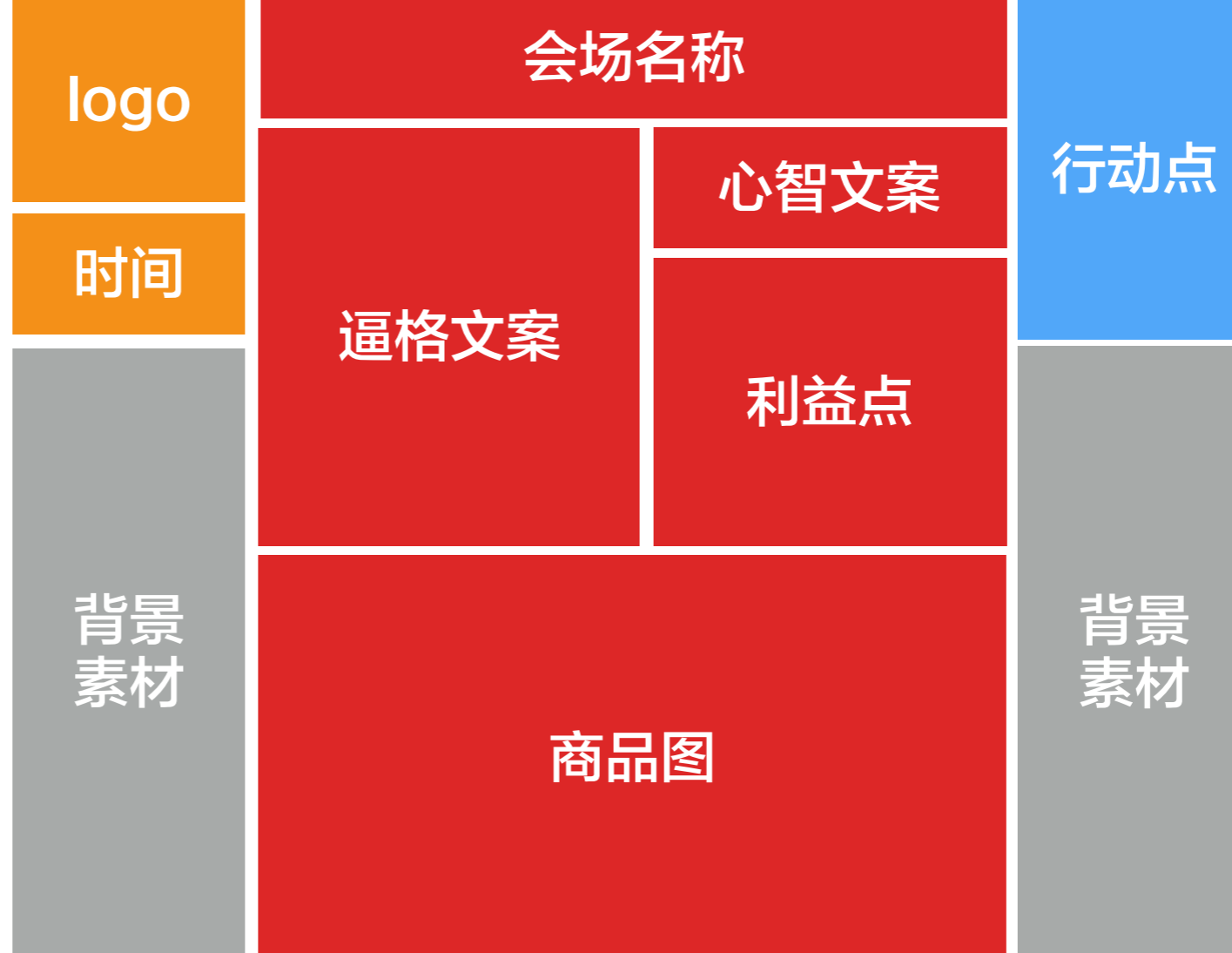
logo	时间	利益点
行动点	会场名称	逼格文案
心智文案	商品图	背景素材

# 组装

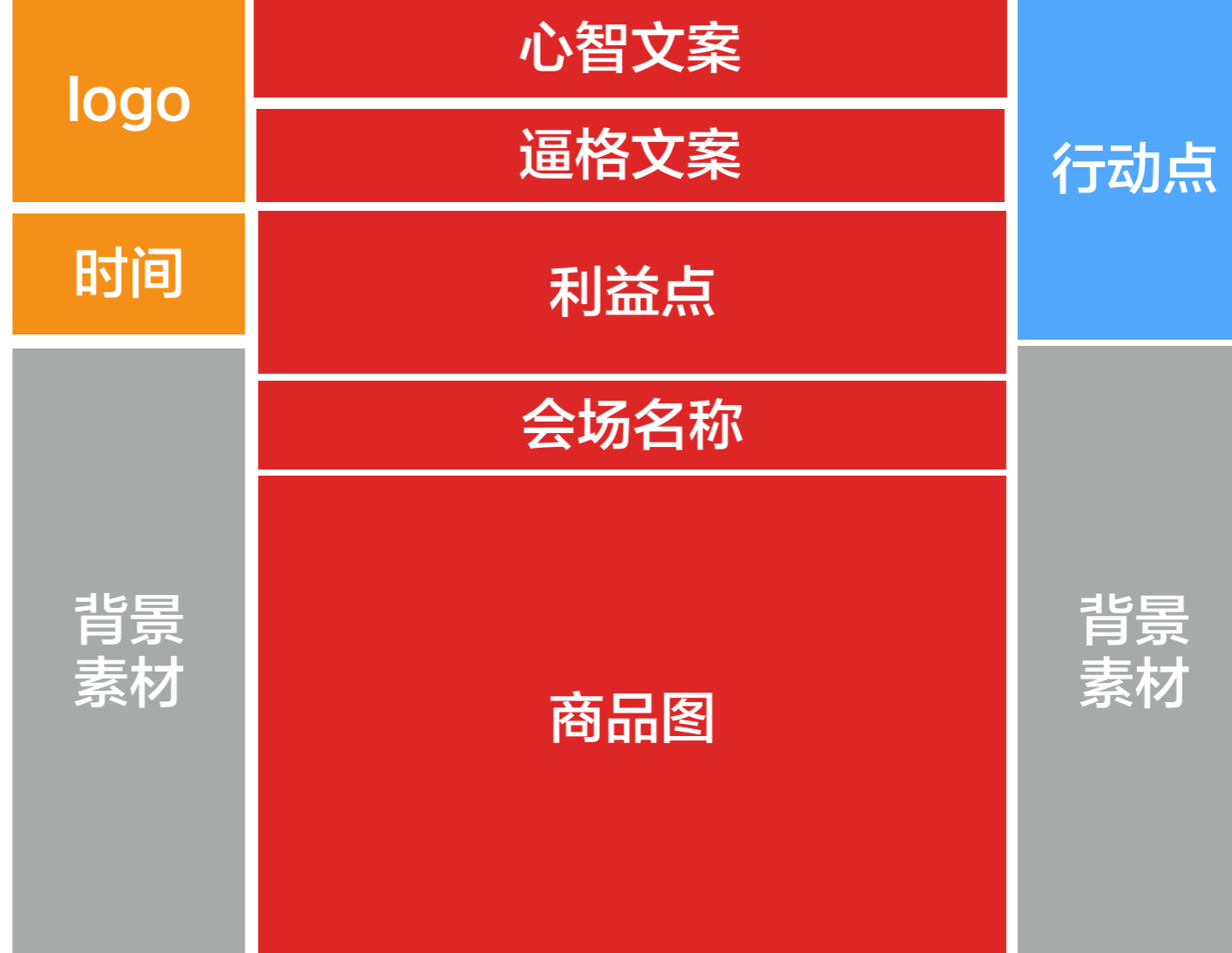




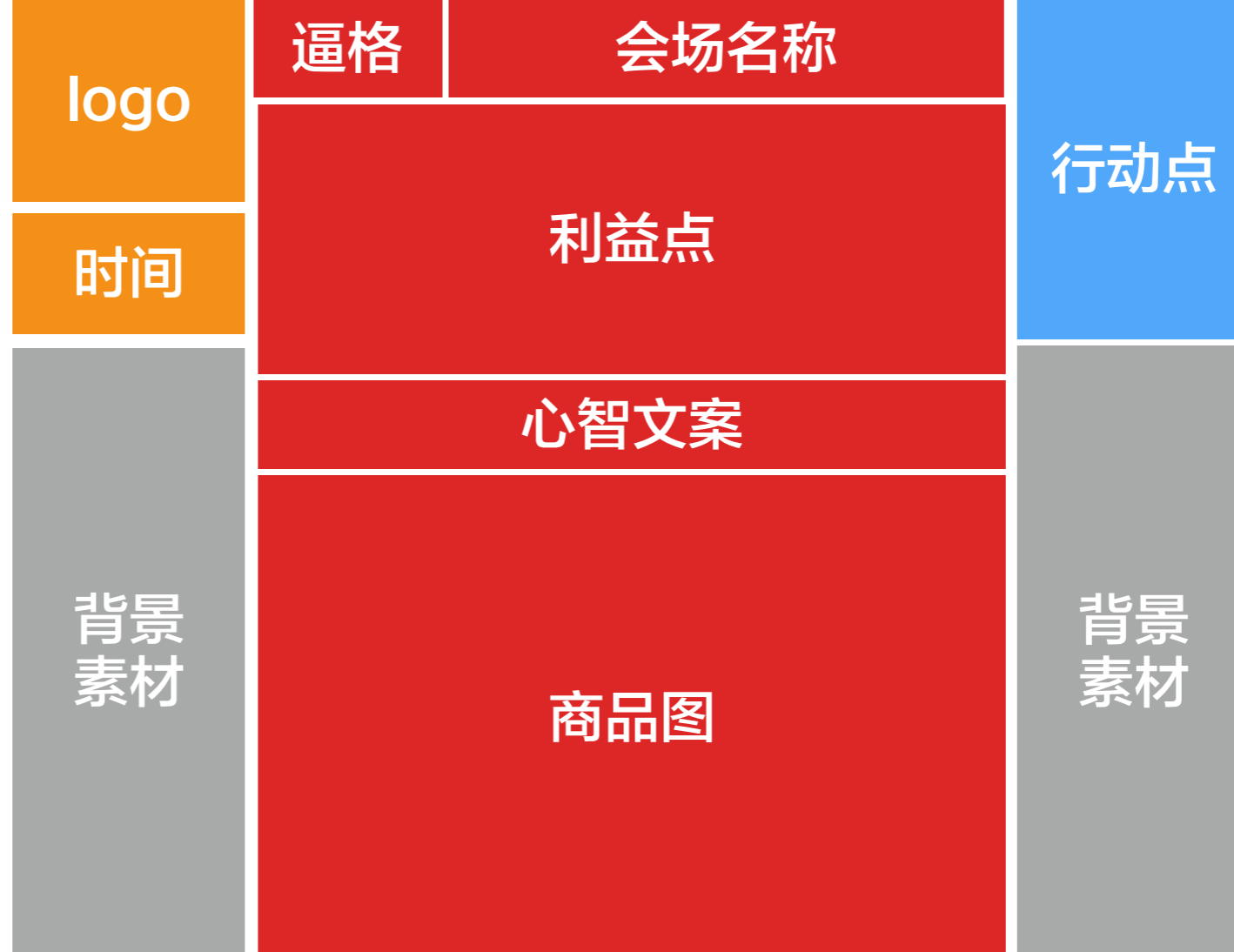
# 多变样式 第1波会场



# 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));
```

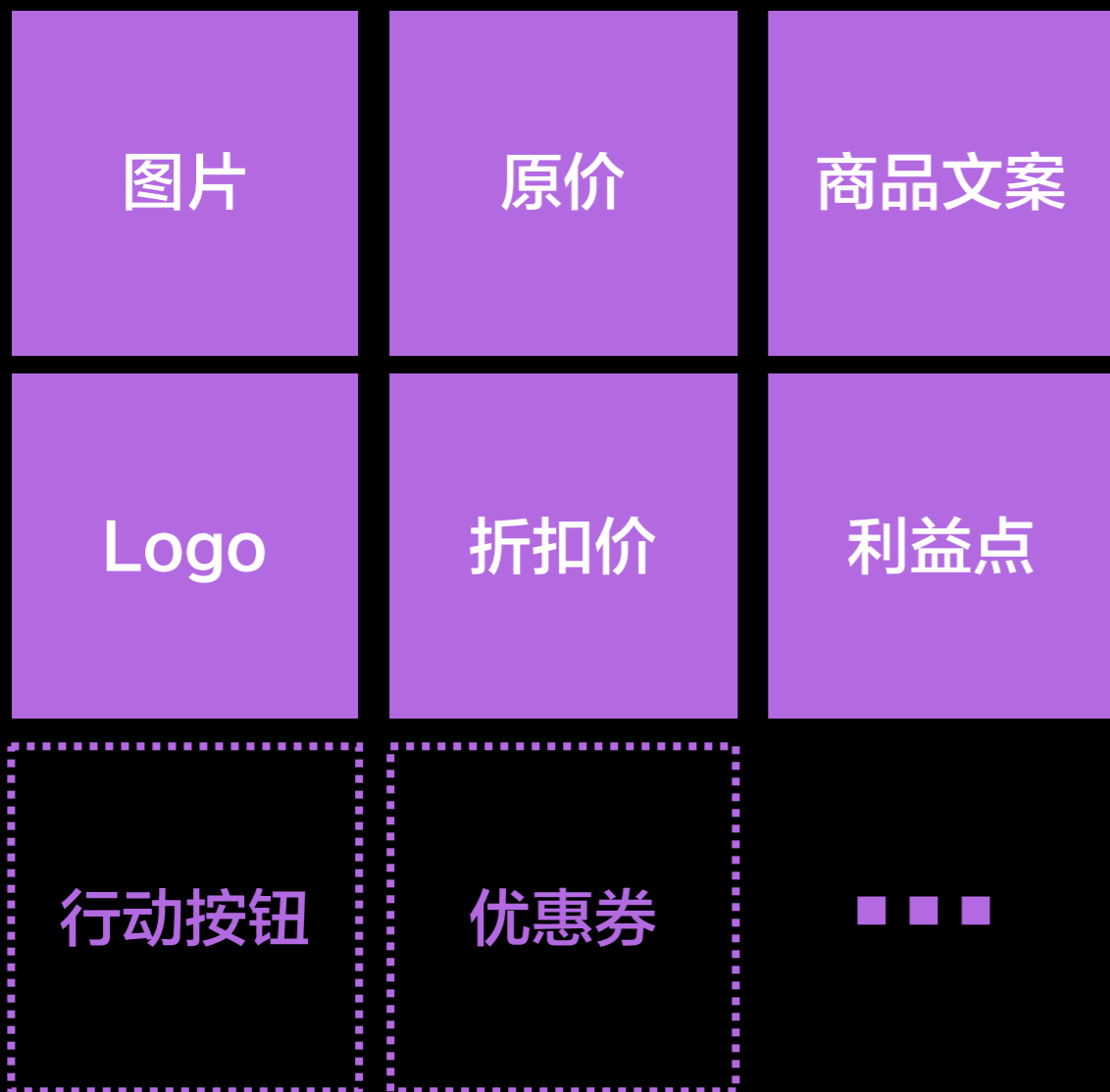
共性元素

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



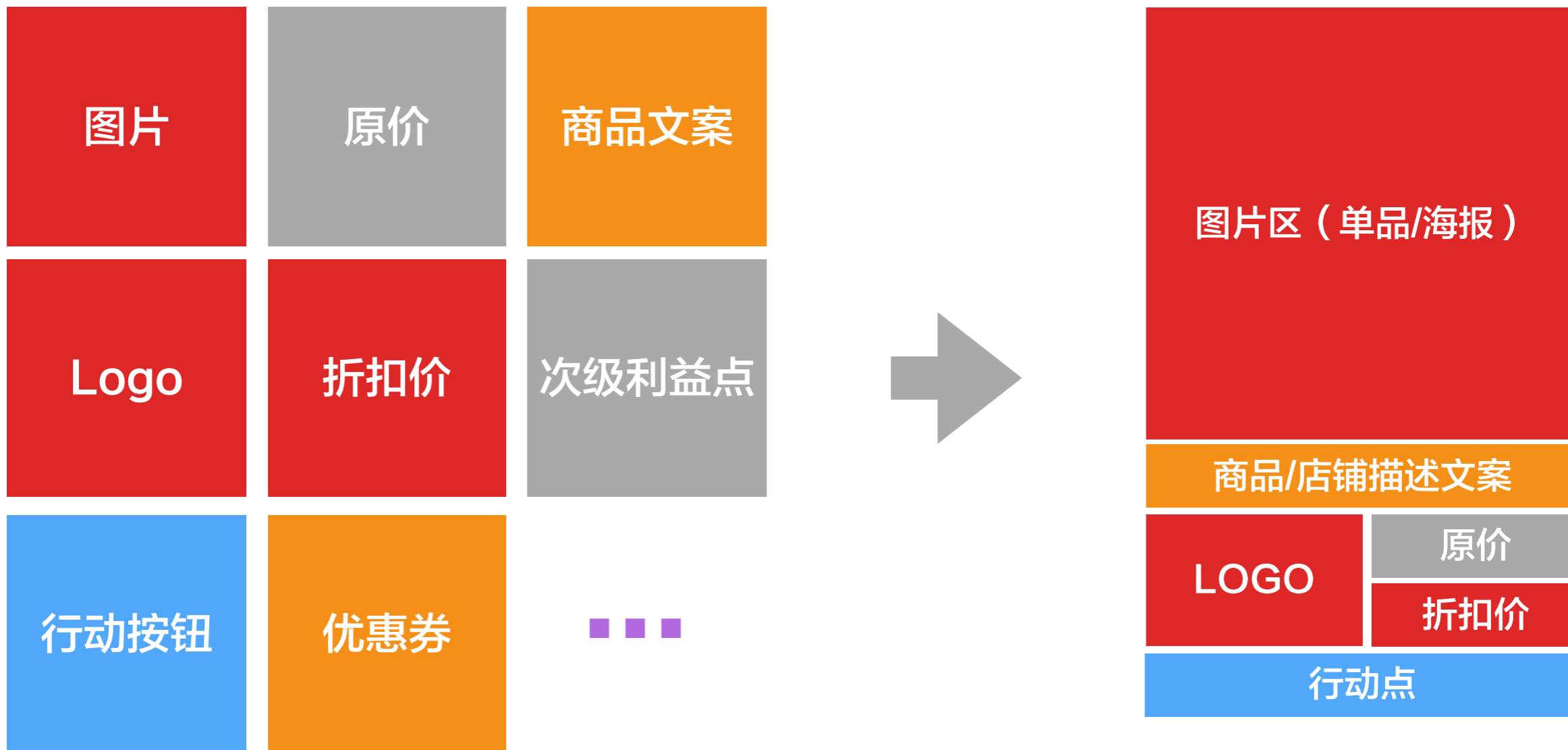
# 梳理共性单元



# 提炼优先级



# 组装





# 多变样式



ochirly

¥356

立即购买



ochirly

¥356

立即购买



ochirly

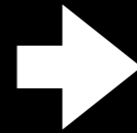
¥356

立即购买

# 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

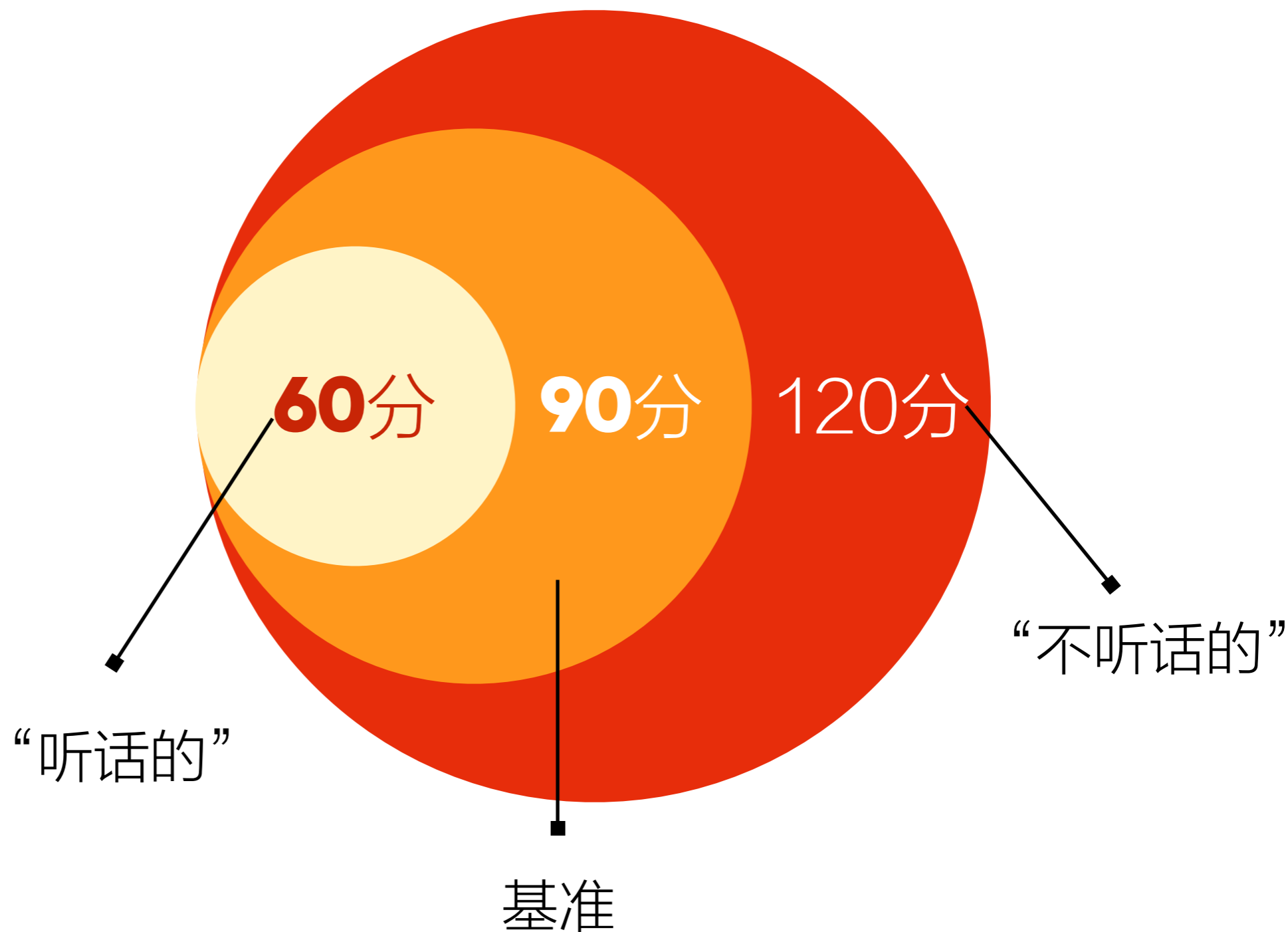
- 执行的差异
- 突破120分



**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

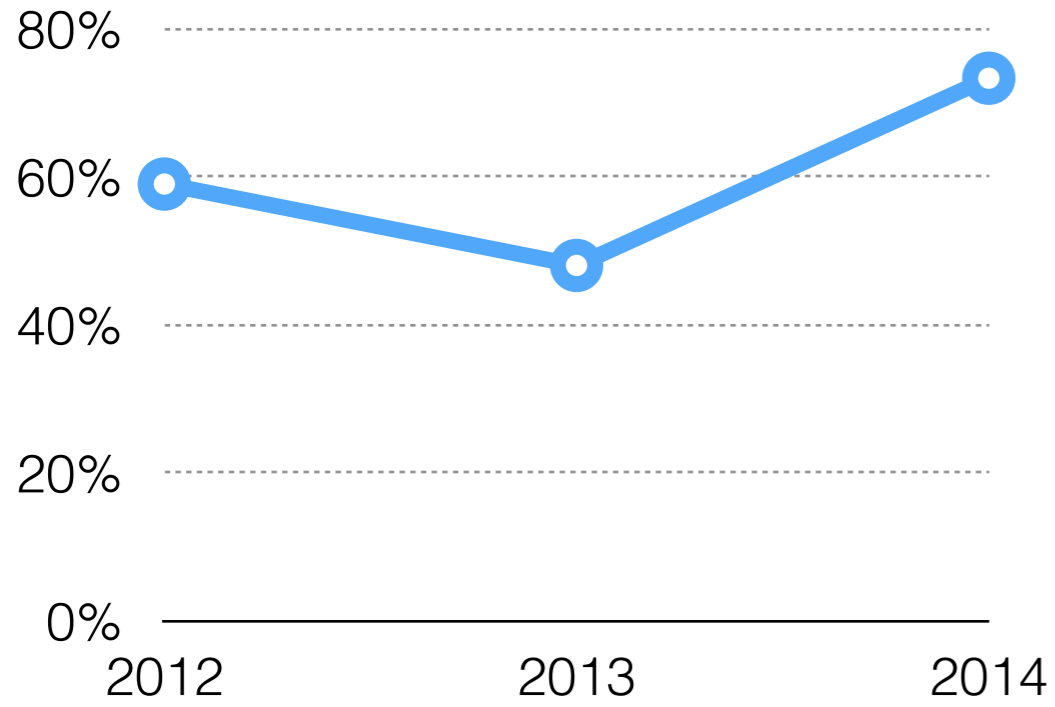
# 需求 设计 执行 **总结**

## 经验教训

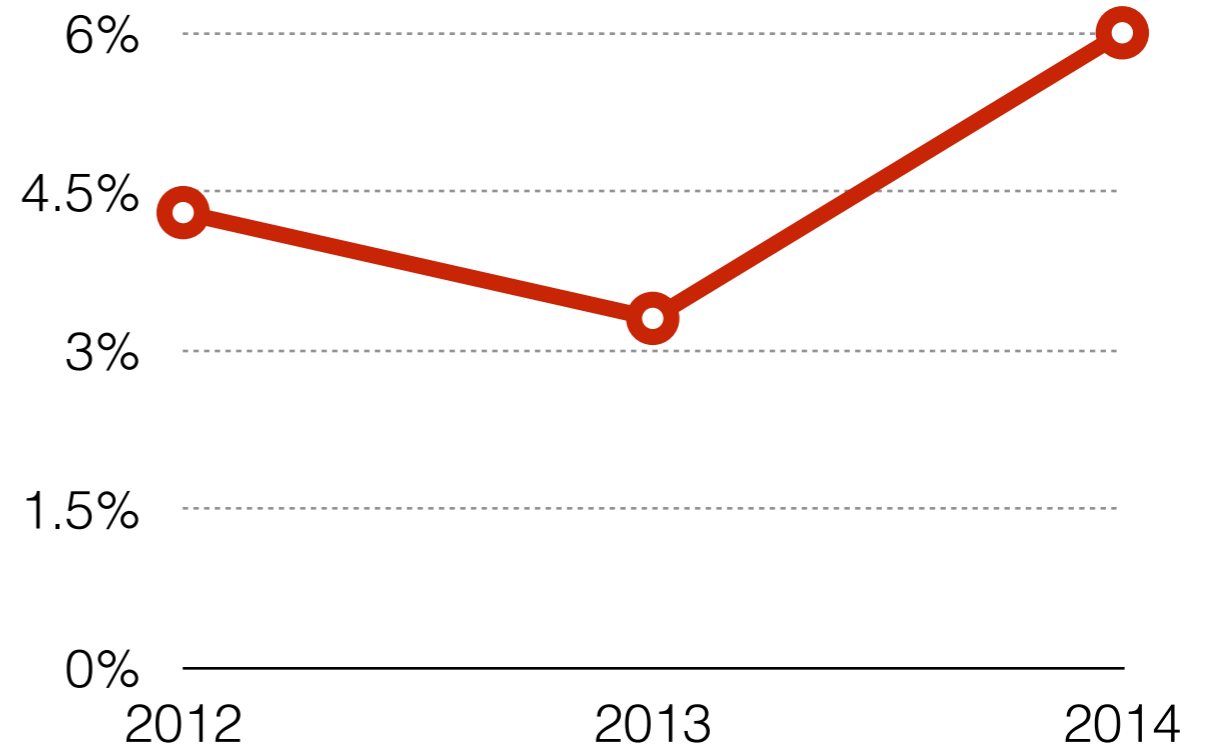
数据与反馈



# 数据表现证明价值



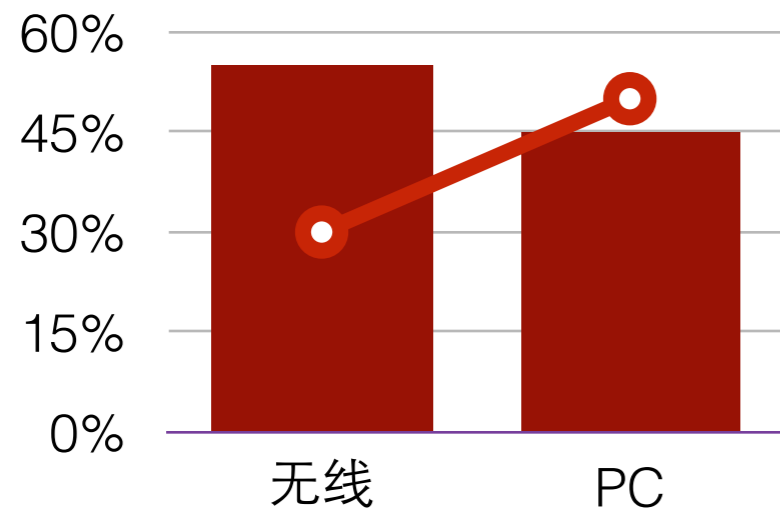
会场页面UV点击率



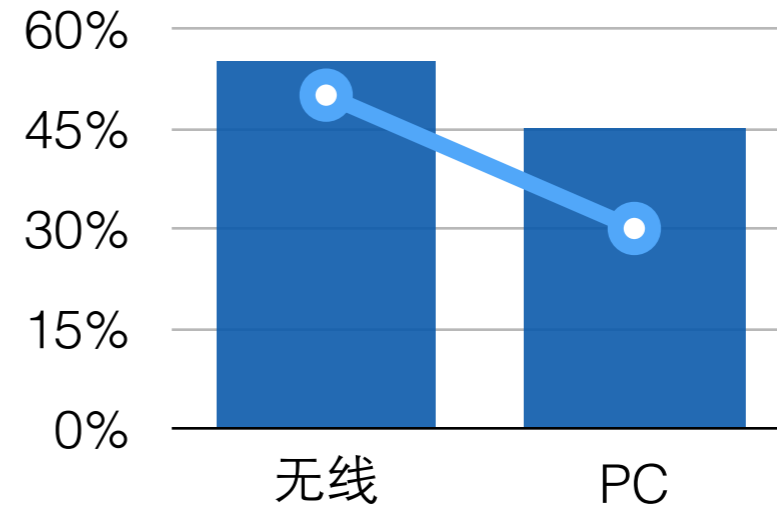
会场购买成功率

# 数据表现引发思考

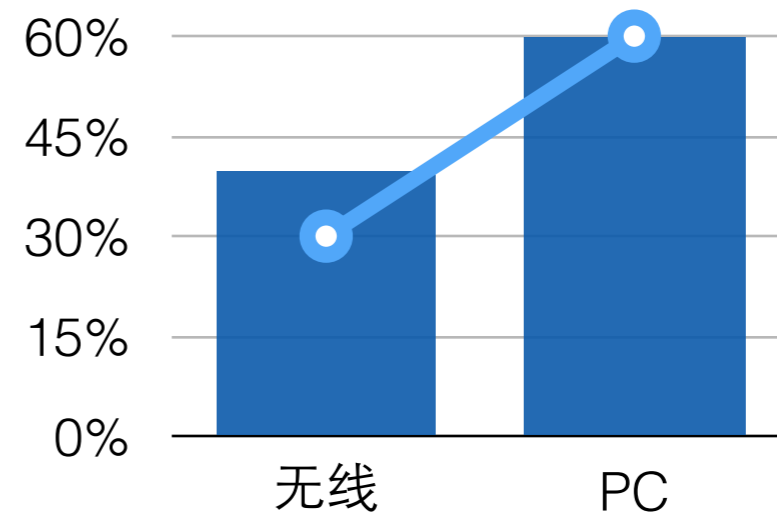
行业整体情况



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](http://ixdc.org)

邮箱: [design@ixdc.org](mailto:design@ixdc.org)

地址: 广州市天河区珠江新城24号2楼

电话: 4000-7218-66

### 扫一扫，获取更多资讯



官网: [ixdc.org](http://ixdc.org)



邮箱: [design@ixdc.org](mailto:design@ixdc.org)



ITWU4178

## IXDC活动预告

9月: Workshop

服务设计——成都

9月: Workshop

产品设计与服务——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——西昌/拉萨

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——南昌