

# 本書讚譽

「UX 相關書籍多如過江之鯽，但鮮少有作者敢挑戰整個 UX 範疇，並且處理得這麼完善。這本書提供 UX 初學者寬闊的視野，並且鼓勵他們深入挖掘這個富含無比熱情的領域。」

— Jeff Gothelf

《Lean UX》(O'Reilly) 的作者

「UX 領域有太多東西要學，如果你才剛入門，陡峭的學習曲線恐怕令人心生畏懼。

Joel Marsh 大幅縮短 UX 學習曲線，提供寶貴的實務經驗，為你奠定 UX 設計的扎實基本功。」

— Aaron Walter

MailChimp 的研發副總，《Designing for Emotion》的作者

「使用者體驗的領域存在很多方法、素材與神話，這本書以平易近人的風格，針對如何探索它的全貌，提供大量的指導與說明。」

— Jeff Sauro

MeasuringU 的首席 UX 研究員與統計分析師

「UX Crash Course 是 UX 歷史上最讓人驚豔的事物。真的不誇張。謝啦！Joel。」

— Silvestre Tanenbaum

有理想、有抱負的 UX 設計師



# 什麼是 UX ？

教育最好從一開始做起。

凡事皆有使用者體驗，你的任務不是要創造使用者體驗，而是要讓它變「好」。

所謂「好」的使用者體驗是什麼？一般認為，良好的使用者體驗是讓使用者快樂的操作體驗。

非也！

如果快樂是唯一的目標，你大可添加一些可愛的貓咪圖片，隨機附上一些問候語，接著收工回家看電視，然而——雖然那不是我能夠想像的最糟糕狀況——你的老闆可能不滿意這樣的結果。UX 設計師的目標是讓使用者有效地完成工作。

**使用者體驗只是冰山一角：**

很多人誤以為“UX”意味著「使用者的體驗」，但它實際上關乎「做」使用者體驗設計（User Experience Design）的程序。使用者的個人體驗是他們對你的 app 或網站所覺知的主觀意見，使用者的反饋意見相當重要——有時候——但 UX 設計師需要注意的不只如此。



## 「做」UX

UX Design（有時也稱作 UXD）涉及的流程非常類似從事科學工作：你透過研究瞭解使用者，發展滿足使用者需求的構想——以及商業需求——你在現實世界中建構及量測那些解決方案，看看它們是否行得通。

你會在這本書中瞭解所有這些東西，或者，如果那不是你的重點，可愛貓咪圖片仍不失為一種好選擇。

# UX 的五大成分

使用者體驗設計是一種流程，而這些課程大致按照那個程序，然而，你應該時刻牢記這五件事：心理學、可用性、設計、文案撰寫和分析。

這五個成分的每一個皆可以專書論述，所以我會稍微過度簡化，畢竟，這是速成班，而非 Wikipedia。

然而，平心而論，我很肯定，撰寫 *Wikipedia* 之 *UX* 頁面的人必然曾經聽聞過 *UX*...在某個時刻...。

## 1. 心理學

使用者的心態頗為複雜，你應該明白；你也是其中之一（我假設）。*UX* 設計師帶著許多主觀與感情在工作；這些東西可以成就你的產品，也可以破壞你的成果。有時候，設計師必須忽略自己的心理感受，那可是一件相當困難的事情！

問你自己：

- 使用者一開始來到這裡的動機是什麼？
- 這讓他們感覺如何？
- 使用者必須做多少工作才能得到他們想要的東西？
- 如果他們一遍又一遍地這樣做，會養成什麼習慣？
- 當他們點擊這個東西時，會有什麼期待？
- 你是否假設他們知道他們還不曉得的事情？
- 這是他們想要再做的事情嗎？為什麼？多常做？
- 你想到的是使用者或你自己的欲求和需求？
- 你如何獎勵良好的行為？

## 2. 可用性

如果使用者心理主要是下意識的，可用性基本上是有意識的，你知道事情何時令人困惑。在一些情況下，某些事情如果有難度的話會比較有趣－像是遊戲－然而，對其他事情來說，我們希望它很容易，連白痴也會用。

問你自己：

- 能否利用較少的使用者輸入就可以完成工作？
- 有任何使用者錯誤是你可以防止的嗎？（暗示：肯定有。）
- 既清楚又直接，還是有點聰明過頭？
- 很容易找到（好）、很不容易錯過（更好），或者自然而然就會如你預期的那樣做（最好）？
- 運作方式符合或違反使用者的假設嗎？
- 已經提供使用者需要知道的一切嗎？
- 透過比較普遍的做法也能夠解決這件事情嗎？
- 你的決策奠基於你自己的邏輯或分類，或者是使用者的直覺？你怎麼知道？
- 如果使用者未仔細閱讀說明文字，還是行得通嗎？還是符合常理嗎？

## 3. 設計

身為 UX 設計師，你對「設計」的定義會遠比許多其他設計師不具藝術性，你是否「喜歡它」並不要緊，在 UX 領域中，設計關乎如何運作，並且是能夠證明的東西；它不是風格或樣式的問題。

問你自己：

- 使用者覺得它看起來不錯？並且立刻獲得使用者的信任？
- 無須文字即可清楚地傳達目的與功能？
- 表現品牌的風格？感覺有符合整個網站的風格？
- 你的設計能夠將使用者的眼光引導到正確的地方？怎麼知道？
- 顏色、形狀和排版有助於人們找到他們想要的東西，並且提高細部的可用性？
- 可點擊的東西看起來跟不可點擊的東西不同嗎？

#### 4. 文案撰寫

在撰寫品牌文案（文字）與撰寫 UX 文案之間存在著巨大的差異，品牌文案支持公司的形象與價值，UX 文案盡可能直接且簡單地將操作體驗描述清楚。

問你自己：

- 內容明確且自信，清楚地告訴使用者要怎麼做？
- 鼓勵使用者完成他們的目標？那是我們想要的嗎？
- 花最多的篇幅在最重要的內容嗎？為什麼不是？
- 告知使用者，或者假設他們已經明白？
- 減少使用者的焦慮感？
- 清楚、直接、簡單且實用？

#### 5. 分析

在我看來，大多數設計師的弱點是分析，但是，我們可以修正這個問題！分析是區別 UX 設計與其他設計的主要因素，它讓你非常有價值。精通這項工作，確實有它的價值。

那麼，問你自己：

- 你有利用資料去證明你是對的，或者去瞭解真相嗎？
- 你在尋求主觀意見或客觀事實？
- 你已經收集可以提供你那類答案的資訊嗎？
- 你知道使用者為什麼那樣做，或者你在解讀他們的行為？
- 你看的是絕對的數字，還是相對的改善？
- 你會如何衡量這件事？你測量的是正確的東西嗎？
- 你是否也在尋找壞的結果？何不呢？
- 你如何利用這個分析進行改善？

# 你的觀點

在 UX 設計中，你看待問題的方式能夠成就你的作品，也可以毀壞你的成果，甚至，你自己的欲求和經驗可能跟使用者相衝突。

## 知己知彼

在開始仔細瞭解使用者之前，還有兩件關於你自己的事情必須知道：

- 你想要對使用者不重要的東西。
- 你知道對使用者不重要的事情。

冥想一分鐘。

合十，頂禮。

## 同理心：想要他們想要的東西

在 UX 中，如果有哪個字被低估，那就是「同理心」。然而，它是非常重要的，在一般情況下，這是毫無疑問的。

**不過，這裡有個祕密：**除非是殺人魔，否則一定具有同理心。如果你是連續殺人魔，UX 設計可能不適合你，基本上，你想要的東西可能不是使用者想要的。而且，這可是一件大事，那表示，你對使用者的直覺可能有誤！

做研究、跟使用者交流、分析資料、擁抱小狗，當你真正瞭解某個問題時，在情感上，它就會變成你的問題，那就是同理心。你會有感覺，良好的解決方案會讓你開心不已，並不是因為你的感情超級豐富，而是因為你與使用者產生緊密的關聯。

你現在也是使用者之一。

\* 一滴眼淚 \*

問你自己：

- 如果你必須在「為使用者準備功能」與「為你的作品集增添設計」之間做選擇，你會怎麼做？
- 如果使用者不喜歡你的設計，什麼是可能的原因？
- 你實際試用過軟體，或者只是不斷點擊「下一步」，走馬看花？

## 你知道太多

針對知道得比你少的人們做設計，這是 UX 的核心。

沒有誰比你笨，只是知道的沒你多。

你知道你的網站如果經過客製化就會變得更強大，但使用者不知道。你知道你的選單分類與公司各個團隊相匹配，但使用者不知道。你知道因為授權費讓你的內容昂貴，致使你的價格居高不下，但使用者不知道。

如果不知道，使用者就不在乎，有時即使知道，他們還是不在乎！授權費？那是你家的事，他們巴不得有免費的盜版軟體可以使用。

問你自己：

- 如果不讀文字，你能夠明白嗎？
- 如果只需幾次點擊，使用者就能夠找到他們想要的東西，這樣的設計會不會是你的最佳選擇？

- 判斷某個功能是否奠基於建構所需的時間或對使用者的價值？
- 你假設只因為它存在，使用者就會點擊它？（才怪）



# 使用者觀點的三個 “What”

啊，終於！討論使用者心態的時間到了，從基礎開始建構總是一件好事。

好設計傳達三件事：

1. 這是什麼？
2. 使用者的利益為何？
3. 他們接下來應該做什麼？

## 「這是什麼？」

有標題或 / 與圖像可以回答這個問題（「這是什麼？」）總是一個好主意，似乎很基本，對吧？然而，非常驚人地，許多網站忘記這件事，為什麼？因為我們了然於胸，但使用者不瞭解，它是文章？報名表？檸檬愛好者的派對？看山羊的地方？你家沙鼠的 YouTube 秘密頻道？

告訴他們，直接說，並且使用簡單的文字，沒有人喜歡在派對上猛翻字典，尤其是檸檬派對。

## 「裡頭有什麼好康？」

這是使用者體驗的「為什麼」，以及使用者可以得到什麼？

最好讓使用者看到他們會得到什麼，而不是告訴他們，你可以透過視頻、演示、範例圖像、免費試用、樣本內容、用戶見證，開箱文或類似的東西！

「這是什麼？」的最佳答案還可以稍微透漏你會得到什麼，例如，「全球自大狂聯合會協力擎天，征服世界，並且分享有趣的貓咪圖片。」這句話告訴你究竟是怎麼回事，以及你會得到什麼（假設你是愛貓的自大狂）。

### 記 住

你正在描述裡頭有什麼好康的，而不是你為什麼想要他們註冊 / 購買 / 點擊。

使用者動機的價值超過美觀或可用性一千倍－對公司來說－但你在作業時會花多少時間討論它呢？



## 「我要做什麼？」

如果使用者理解目前的狀況，並且被鼓勵去瞭解更多，那麼在你的設計中，他們的下一個動作應該是很明顯的。

可能是一些小事，像是「我現在點擊的是什麼？」或「如何註冊？」

也可能是較大的事情，像是「如何入門？」、「如何購買？」或「如何得到更多訓練？」

通常有「下一步」，有時候也包含幾種可能性，由你來決定及釐清使用者可能需要什麼，並且告訴他們如何得到。



# 解法 vs. 想法

UX 設計師天天都得有創意，但是，相較於其他設計師，我們所謂的創造力顯得不是那麼具有藝術性，但更具分析性。如果你不是在解決問題，就不是在做 UX 設計。

各種設計師都必須處理想法，好構想不可多得！

想法五花八門、形形色色，有些是我們想要製作的東西，譬如說，魚形巧克力蛋奶酥（「我喜歡這兩種玩意！組合起來一定很有意思！」）；有些對個人具有特殊意義，例如，紀念心愛倉鼠寵物（名叫 Chewy）的刺青，求主垂憫，願它安息；有些則是問題的解決方案，那正是 UX 的內涵。

解決方案是對其他人有意義的想法。

不像大多數藝術家與設計師，UX 設計師不聚焦在只對自己有意義的想法上，你應當非常注重創造力，但如果你的想法對其他人（使用者）沒意義，那麼，它對你也同樣沒意義。



這表示，你必須花很多時間瞭解對你沒意義的問題，一開始感覺上可能不大自然，那就是 UX 這項工作為何如此獨特且有價值的原因：相當棘手的工作。

解決方案是可能有誤的想法。

在 UX 中，我們可以做測試。我們可以針對同樣的問題設計多個解決方案，看看哪一個比較好，而且，我們可以詢問使用者比較喜歡哪一個解法。

這表示，UX 是特殊類型的设计：它可以是錯誤的，而且，我們可以證明它是錯的。

另外，同樣的解法可能適用某個網站，但不適合另一個網站！只因為 Twitter 這樣做，但並不表示你也適合這樣做。

# 提升 UX 效用的金字塔

UX 不僅僅是按鈕與線框圖，表面上的東西只是冰山一角，最重要的東西是完全看不到的。

身為 UX 設計師，你的任務是創造價值—從使用者的觀點來看。UX 流程的某些部分會比其他部分產生更多價值。請善用你的時間。貫穿本書，你將瞭解這個金字塔的每一個部分。現在，你只需明白，金字塔的底部（最大的幾個分層）若是被忽略，那可是會毀了你的產品，而且這些東西往往是看不見的。然而，不管你花了多少時間，金字塔的頂部（最小的幾個分層）可能不會為你的產品增添什麼價值，而且，這些東西通常是可見的。

連結的顏色、  
小圖示的顏色、  
圓角半徑等等。

開心、驚喜、  
嚇一跳等等。

文案撰寫

美學

可用性

內容

資訊架構

使用者心理

# 使用者目標和商業目標

在展開新的 UX 專案時（在設計任何東西之前），必須先瞭解你的目標：使用者目標和商業目標都要考慮，身為成功的 UX 設計師，這是最重要的事情。

## 使用者目標

使用者總是想要某個東西，因為凡人皆如此，無論是在 Facebook 上窺視前夫或前妻的動態、試圖在約會網站上找到「下一個」無緣的人，或者在 YouTube 上尋找打噴嚏的熊貓，他們總是具有某種意圖。

他們也可能想要做點什麼有生產力的事情（我是這樣被告知啦），從第 47 頁開始，有一大段內容在談論使用者研究，現在，先假設你知道那些東西。

## 商業目標

每個組織基本上都有很好的理由建立網站或 app，通常是為了錢，也可能是打品牌，或者為社群招募新血等等。

特定類型的商業目標很重要，如果你想要展示更多廣告，你的 UX 策略會大大不同於「你想要透過社群媒體販售或推銷產品的情況」。

這些東西通常被商業人士稱作「統計數據」（metrics）或「關鍵績效指標」（Key Performance Indicators, KPI）。

## 統合各個目標

UX 設計師的真正考驗是如何妥善統合那些目標，兼顧商業利益與使用者目標（而非背道而馳！）

YouTube 透過廣告賺錢，而使用者想要找到好影片，因此，影片夾帶廣告或在同一個頁面上投廣告固然合理，但更重要的是，很容易搜尋影片及發掘類似影片將促使用戶觀看更多影片，進而讓 YouTube 賺更多錢。

如果各個目標無法統合，就會面臨兩個問題：不是使用者得到想要的東西，卻沒有幫助企業獲利（用戶雖多，但企業不成功），就是使用者根本得不到想要的東西（沒有用戶，企業也不成功）。



如果 YouTube 逼你每隔 30 秒看一段 30 分鐘的廣告，我保證，它很快就會死得很難看，沒人有時間，更沒人受得了，但幾秒鐘的廣告就無傷大雅，為了打噴嚏的可愛熊貓，這只是小小的甜蜜負荷。

# UX 是一種流程

每家公司不同，每個團隊不同，而且每個設計師也不一樣，所以，有必要好好弄清楚你們是怎麼工作的。

當人們談論設計時，你經常會聽到「流程」這個名詞，甚至在這本書裡也會出現好幾次。

我經常說這樣的話，「UX 必須在流程早期開始」，或者「科學化流程不容許壞想法存活下來」，或者「我正透過 Photoshop 的流程把老闆的頭接到阿諾·史瓦辛格的身體」。

所以，你必須以流程的觀點理解 UX。

## UX 不是事件或任務

如果你聽到有人把 UX 說成像是一次性事件，或某個時刻，或是某人必須做的任務，請儘管打斷他，那是不對的。

UX 設計師並不是「做 UX 部分的那個人」，那就好比說，水只是飲料當中那個「濕」的部分。

缺乏 UX 流程，就會有不良的 UX。基本上，「沒有 UX」是不可能的，產品再低劣，使用者還是會有某種操作體驗。

一肚子火的操作體驗也是操作體驗。

你必須涉足幾個地方很多次，才能設計及維護良好的使用者體驗。

## 公司也有流程

UX 設計師的流程讓你收集需要的資訊、研究使用者、設計及確保解決方案正確被實作，並且量測結果。

然而，跟你合作的公司也有完成整個專案的流程。

UX 設計師被包含在該流程中，伴隨著程式人員、專案經理、其他設計師、策略專家、商業人士、各階層的管理者與經理人等等。

在新專案開始或者接獲新任務時，總是要瞭解公司期望你如何融入它的「生產機器」中，並且盡量尊重整體的運作方式。

## 總是質疑流程

你的流程和公司的流程有個共通點：總是能夠持續改善。

就某些改善而言，說比做容易，但一般而言，UX 是新的領域，因此，你很可能需要釐清哪裡應該考慮 UX，而不只是配合公司的預期。

如果你是公司裡頭負責 UX 的第一人，你必須跟同事們與經理們好好討論，越早將 UX 納入產品流程越好。

如果你只是一大群 UX 設計師當中的一個，好好跟大家討論，弄清楚他們認為流程應該如何改善，以及你在哪裡最有價值。

而且，如果流程只是讓你的生活淪為人間煉獄－譬如說，他們希望你徹底運用名為「衝刺」(sprint) 的邪惡事物－那麼，請勇敢拒絕，說出你的難處！或許有更好的方式存在。

如果公司的流程強迫你做不好的工作，那個流程可能不適合 UX。

說清楚，講明白！

(記住：如果你修正流程，但做的還是不好的工作，問題可能不在於流程。)



# 收集需求

在 UX 中，你越瞭解不能夠做什麼以及必須做什麼，你的最終設計就會越理想。

在許多設計類型中，流程的部分是為了尋求靈感，並且產生諸多想法。Mood board（情緒收集板）、Photography（攝影術）與 Hallucinogens（致幻劑）都有人利用。藝術創作的一部分是要以自由度與可能性來滋養你的心靈。

但那並不是問題解決（problem-solving）的運作方式。

身為 UX 設計師，最巧妙的創意將來自於：你透過研究問題所確認下來的限制和約束。

當那些限制來自於你自己的同事和先前的工作，我們稱之為「需求」（requirements）。

## 需求保護你免於錯誤

在實際的 UX 工作中，你的設計會影響公司的其他單位：銷售團隊、程式人員、高階主管等等。

總是要跟每一個「利害關係人」（stakeholder）好好討論一下——這些重要人士來自於受到該設計影響的各個單位。

好好收集可以解決的問題、不能改變的事實，或者必須被涵蓋的技術性事項。

銷售團隊有必須銷售的產品，程式人員可能有難以更動的程式碼，高階主管有必須遵循的長期目標，清潔人員……嗯，他們可能不受你的設計影響，不過，只要你不把蠻牛的空瓶四處亂丟，即可減少他們的工作負擔。噢！

透過與利害關係人溝通，可以避免浪費時間與金錢，另外，你的辦公桌在夏天時也不會有那麼多蒼蠅。

你現在是 UX 設計師；其他人的需求就是你的需求。

## 別向利害關係人詢問解法或希望

小心，別把「需求」與「期望」搞混。

當有人說需要某個東西時，問他為什麼，如果答案關乎其他人的意見或期望，請繼續追問下去。

有時候，公司不斷在執行一些壞想法，因為每個人都以為事情只能這樣，那可能不是真的。有時候，他們增添了許多不必要的功能，因為沒有人說「不」。



## 建立共識

UX 設計師經常發現自己處在每一件事情與每一個人的中間，因此，你應該準備好去說服一整個房間的人，倡言你的設計正確無誤，讓大家都充分的理由好好支持它。

在前一課中，我們學到從公司的重要人士那裡收集需求。

然而，你也必須把自己的資訊帶進討論中。其他人可能不同意你的設計，而且，如果你的論點不能夠充分支持它，憑什麼要人家相信你？

身為 UX 設計師，在動手設計之前，必須有充分的理由支持你的設計，必須能夠捍衛你的選擇與論點。

你可能必須證明你是對的！

### 瞭解你所用的方法

好的研究、好的理論與好的資料深具說服力。透過仔細研究，充分瞭解使用者及他們的問題和目標，並且花時間對利害關係人解釋他們不瞭解的重要想法，幫助大家建立共識。

當某事偏於主觀時，務必建議大家做實驗來驗證，你會在下一堂課〈心理 vs. 文化〉，學到更多東西。

知之為知之，不知為不知，是知也。

### 關於 UX，千萬別撒謊。

如果你不知道問題的答案，就承認吧！並且承諾你會把它弄清楚。

UX 沒有廢話的餘地。

UX 經常被誤解，而且，如果你的廢話最後被證明是假的，其他人會嚴正地給你一些顏色瞧瞧（絕非好事）。

針對 UX 撒謊，最後只會讓大家灰頭土臉。你的觀點未必比別人好，請好好確認你的資訊正確無誤。

