

网站情感化设计与内容策略



[网站情感化设计与内容策略_下载链接1](#)

著者:[美] 沃尔特

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2014-8-1

装帧:平装

isbn:9787115354495

一个网站或者Web产品是否能够脱颖而出，往往取决于两个方面：用户体验与内容。

在《网站情感化设计与内容策略》的第一部分“情感化设计”中，用户体验设计专家通过诸多著名的真实案例向您介绍了以用户情感为中心的设计理念、方法与技巧。通过学习和体会这一部分的内容，您将学会如何打造一个能够触动人心的网站和Web产品，从而提升用户转化率并完成更高的销售目标。

在第二部分“内容策略”中，内容策略专家为读者详尽地介绍了网站内容策略管理方面的原则、技巧、工具和技术，从而帮助读者掌握创造优质网站内容的秘密。《网站情感化设计与内容策略》出自资深互联网专家之手，汇集了多年积累的宝贵经验，对于从事互联网体验设计、交互设计、内容管理、策划和创作的相关人士有非常高的参考价值。另外，对于想在毕业后进入互联网行业的学生来说，通过本书可以了解业界最新的知识。

作者介绍:

目录: 第一部分 情感化设计

第1章 情感化设计 3

1.1 革命: 有失亦有得 3

1.2 我们曾经走过的路 5

1.3 你好, 马斯洛 6

1.4 把握住基础 8

1.5 可用性=可食用性 9

1.6 情感和记忆 13

1.7 情感化设计原则 15

第2章 为人类设计 18

2.1 统一我们的东西 18

2.2 人性与设计: 对娃娃脸的偏好 19

2.3 世界就是我们的镜子 21

2.4 对比: 对我有利还是有害 22

2.5 有限的处理器 24

2.6 品牌对比 25

2.7 美观的力量 27

2.8 情感化设计的基础 28

第3章 个性 29

3.1 个性是情感平台 29

3.2 设计中的个性的简史 31

3.3 角色模型 33

3.4 为你的网站创建一个设计角色模型 35

3.5 个性的力量 45

第4章 情感投入 46

4.1 惊喜和愉悦 46

4.2 预期, 天鹅绒大幕和身份 52

4.3 引导 56

4.4 没有公式 62

第5章 克服障碍 63

5.1 带上你的本能出击 64

5.2 阻力最小的途径 68

5.3 冷漠 71

5.4 如果一开始你并不成功 72

5.5 我的责任 74

第6章 谅解 Flickr: 将柠檬榨成汁 75

第7章 风险与回报 81

7.1 实践 82

7.2 说服你的老板 88

7.3 结论 90

第二部分 内容策略

第8章 基本原则 91

8.1 好的内容是恰当的 95

8.2 好的内容是有用的 98

8.3 好的内容是以用户为中心的 99

8.4 好的内容是清晰的 100

8.5 好的内容是始终如一的 101

8.6 好的内容是简明的 102

8.7 好的内容是有支持的 103

第9章 内容策略技巧 105

9.1 编辑 107

9.2 管理员 114

9.3 市场营销人员 119

9.4 (信息)科学家 124
第10章 工具和技术 129
10.1 我们所创作的东西 131
10.2 项目定义 138
10.3 研究和评价 141
10.4 策略和设计 146
10.5 内容创作规划 154
10.6 规划内容管理 157
结论 159
附赠章节：我是如何进入这一领域的 160
· · · · · (收起)

[网站情感化设计与内容策略_下载链接1](#)

标签

设计

网页

用户体验

情感化

网页设计

产品

交互设计

知识管理

评论

原版第一本的内容较为丰富，也更为详细一些。也是内容策略使用这样的篇幅没办法说太详细。

应用于假想客户环境中的三种主要的修辞手法。交付成果清单

为了标记这本书度过不容易啊 还亲自添加了一下
试想要是公司内部也能形成这样的机制，是不是能够引发更多的人来添加书籍呢…………
…

前面设计部分还好，内容部分真不知道讲了个啥

1.书中讲的很多网站都已经打不开了。2书中的内容属于非常细长的专业内容，案例缺乏启发感和适用性。

此书前半部分网站大多已经过时，因为现在已经是移动网络时代，但书中提示的情感化设计依然有参考价值，尤其是此书在 2014 年就提出了内容策略师这一职业，放在如今 2017，明显就是我们说的内容产品经理。

非常棒的一本书，不厚，一个晚上就可以看完。首先，这本书就设计的非常好看，纸质也非常好，读起来非常舒服。干货也不少，读完之后有所启发，值得放在书架上，经常翻翻。

[网站情感化设计与内容策略_下载链接1](#)

书评

[网站情感化设计与内容策略_下载链接1](#)