

用户体验可视化指南



[用户体验可视化指南 下载链接1](#)

著者:James Kalbach

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2018-1

装帧:平装

isbn:9787115465702

第一部分，作者阐明了用户体验可视化的基础和价值，以及如何赋能企业和组织的战略规划。我们通过可视化方式将视野放的更宽，来帮助我们去重新审视所面临竞争者、重新审视技术发展对企业的影响，重新构建更适应未来用户需求和趋势的组织结构，进而有效避免“战略短视”。

第二部分，提供了用户体验可视化的实践指南，详细讲解了用户体验可视化的四个迭代步骤：启动，调研，解释和一致。这部分中，作者提供了具有指导意义的案例和建议，以及在每个环节中要如何用****化用户体验可视化图表的价值——比如，绘制体验的过程中一定要让利益相关方和团队成员加入进来，能及时获得反馈，促进交流，zui终达成

一致。

第三部分，详细介绍了几个关键类型的图表绘制。作者介绍和讨论这些图表原型的相关方法，以便于我们了解绘制图表的来龙去脉。作者通过生动有趣的案例分析，从服务蓝图、用户旅程地图、心智模型图，以及空间地图和生态模型系统等不同方面，为我们提供了一份可直接上手的实用指南。

作者介绍:

Jim Kalbach，是设计、信息架构和战略领域的知名作家、演说家和顾问，现担任MURAL远程设计和协作服务公司客户成功部门（Customer Success）的负责人。Jim服务过多家大型企业。

目录: 第一部分 价值可视化

第一章 对齐图简介 3

对齐图 4

收获 12

总结 15

第二章 绘制体验基础 19

界定绘制工作 20

识别触点 28

专注于价值创造 35

总结 38

第三章 可视化战略洞察 45

一种新的洞察方法 46

绘制战略 58

总结 70

第二部分 绘制的一般流程

第四章 开始——启动一个绘制项目 75

启动一个新项目 76

决定方向 80

界定工作 93

总结 95

第五章 调查：研究体验 99

调查现有信息源 100

企业内访谈 104

创建草图 107

进行外部研究 112

分析数据 116

定量研究 120

总结 122

第六章 制图：绘制图表 127

图表的布局 129

内容编码 132

设计信息 138

工具和软件 152

第七章 一致：为价值而设计 161

共情 162

想象 166

评估 174

规划实验 184

总结 186
第八章 构想未来的体验 193
故事板 194
脚本 198
用户故事地图 206
第三部分 各类图表的详述
第九章 服务蓝图 217
可视化服务 217
保持精益 221
服务蓝图的扩展 224
服务蓝图的元素 226
第十章 客户旅程地图 233
相关模型 243
客户旅程地图的元素 245
第十一章 体验地图 253
体验地图 254
相关模型 260
体验地图的元素 265
第十二章 心智模型图 273
心智模型图 275
相关方法 280
心智模型图的元素 282
总结 288
第十三章 空间地图和生态系统模型 297
空间地图 299
空间地图和生态系统模型的元素 310
• • • • • (收起)

[用户体验可视化指南_下载链接1](#)

标签

用户体验

用户体验设计

交互设计

设计

UX

产品设计

产品经理

UserExperience

评论

归纳的不错，推荐！

翻译的确差 但启发也的确大 参考书目很有价值

终于搞清楚各种图 以及它们真正的作用

翻译有的地方真的很无厘头，甚至p237中的图中有一段忘记翻译成中文……不过收获还是很多的，全方位了解可视化用户体验，希望翻译能走点心。

这本书是很不错，但是翻译太糟糕太糟糕太糟糕！！！不说把Alignment Diagram翻译成“对齐图”这类的奇怪的翻译，连“定量”和“定性”也能翻译反了…
…

如果说这本书可以打8分（满分10分），因为翻译的问题，最终得分只能有4分了……

画图是一项重要的能力，而本书就如何提升用户体验这个话题，详细的阐述了应该画哪些图，并告知了如何画好这些图

太好的书，估计随着用户体验的深入我要多读几遍

本周读书打卡…主要围绕用户体验的几种可视化工具…用户体验的入门级纲领…本来可以5星，但这一版翻译很硬，只能给到4星了

的确内容如其名，体验地图，对于想画产品架构图等其他图表没什么帮助。

贵圈的门槛不在于学习知识而在于做事。就那几个概念多少书翻来覆去的说…

聚焦用户旅程体验，由表及里改造接触点和产品架构、服务设计。

产品经理的入门书籍，非常适合快速培养产品策划员工。工具箱。

值得借鉴

应该算国内第一本系统研究用户体验可视化的书籍吧，为UXRen赞一个

非常受用

Mapping Experience，将抽象的体验可视化（不仅仅可真对用户，还可以分析企业或组织本身），可以帮助企业和组织进行思想统一和战略规划

书是好书 但是翻译增加了阅读难度 你得看一遍中文，转换成英文，再转换回中文才知道他讲啥

这本书讲得比较跳，很明显的是鬼佬的思维；其实这本书关键是思维和作图，然后是统一化的项目表达；但是就是在作图上和应用上，就很明显没有做好案例和demo了~一般般吧

这种封面带动物的书都挺系统的，很适合入门者来读，大部分图上面的文字都做了翻译，讲了各种体验大图的绘图方式和用途。

前2年一度流行《用户故事地图》，用了几次发现还是不能很高的表达业务，特别是复杂的业务，同时别人也很难直接看懂，总的来说用户故事地图更适合自嗨。本书所讲的《共线图》是站在了一个更高维的空间来分享了如何使复杂业务可视化、方便跨团队共识、甚至能挖掘商业机会。《共线图》的关键就是触点和共线，触点是客户与公司或前台业务人员与中后台业务人员的直接接触点，不限于电子或物理，而共线则是通过触点连接出的对应业务动作。本书也一并分析了用户故事地图、服务蓝图、用户旅程地图等的优缺点，解答了我之前的众多疑问。看来能关联式学习，站在更高维度方能得出洞见

[用户体验可视化指南_下载链接1](#)

书评

书中诸多翻译得像百度机翻，一点感受不到译者拿人稿酬的责任心。另有好几处标点错误，错字这样的瑕疵。是一本如果这是你写的作业，老师看了想骂死你的书。有一些观点还是比较好的，因为我知道的不多，所以一些要素或结构化的思维觉得还是买账的。图也有些老了。前提是没见过...

[用户体验可视化指南_下载链接1](#)