

<<当用户体验设计遇上敏捷>>

图书基本信息

书名：<<当用户体验设计遇上敏捷>>

13位ISBN编号：9787115305510

10位ISBN编号：711530551X

出版时间：2013-4

出版时间：人民邮电出版社

作者：Lindsay Ratcliffe, Marc McNeill

译者：陈宗斌

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<当用户体验设计遇上敏捷>>

内容概要

《当用户体验设计遇上敏捷》分为三个部分：第一部分介绍了什么是敏捷。即使读者对敏捷完全了解，仍旧值得读一读这部分内容；第二部分介绍了项目过程，并探究敏捷框架中的体验设计技术，以便帮助读者完成和交付伟大的体验设计产品；第三部分是工具箱，读者可用它作为工具和技巧的快速参考指南，以及在敏捷环境中使用它们。

<<当用户体验设计遇上敏捷>>

作者简介

Lindsay Ratcliffe曾为许多大公司和小创业者团队提供咨询，为金融、电视、政府、电信、公用事业和制造业创建吸引人的在线和离线用户体验。

Marc McNeill视觉思考者、体验设计师以及敏捷顾问。

他有超过10年的IT和用户体验顾问经验，一直致力于将精益和敏捷准则推荐给各种公司和机构。

<<当用户体验设计遇上敏捷>>

书籍目录

第一部分 敏捷概览以及设计师为何要关注敏捷 第1章 设计的重新设计 2 1.1 创新英雄和IT反派 3 1.2 别朝传话人开火 4 1.3 在真空中设计 5 1.4 生活和时间已前进 6 1.5 敏捷体验设计宣言 7 1.6 让IT是协作的、迭代的、紧密的 8 1.7 让愿景成真 10 1.8 持续开发细节 11 1.9 让设计有回应 12 1.10 我们在等什么 13 第2章 瀑布已经干涸 14 2.1 现状 15 2.2 敏捷之解构 22 2.3 敏捷体验设计 32 2.4 对完成的重新定义 35 2.5 小结 38 2.6 接下来 38 第3章 我是设计师，这与我何干 39 3.1 敏捷与设计矛盾吗 40 3.2 一个重大的设计挑战 43 3.3 设计的适合之处 45 3.4 谁是设计师 53 3.5 小结 57 3.6 接下来 57 第4章 设置场景 58 4.1 一个敏捷体验设计项目 59 4.2 敏捷团队结构以及设计师的角色 65 4.3 敏捷项目环境 73 4.4 敏捷项目交流 77 4.5 敏捷项目管理 80 4.6 小结 85 4.7 接下来 85 第二部分 如何设计并快速交付吸引人的体验 第5章 准备好出发 87 5.1 识别问题以及解决方案 88 5.2 我们如何做 89 5.3 模型在过程中的角色 93 5.4 我们需要什么人 96 5.5 如何给我们的时间定结构 102 5.6 人已聚齐，然后呢 106 5.7 小结 107 5.8 接下来 108 第6章 敏捷探索 109 6.1 开始 110 6.2 协作探索的3个“i” 112 6.3 业务意图 114 6.4 洞察用户 118 6.5 实现 129 6.6 将这一切组合在一起 133 6.7 小结 135 6.8 接下来 136 第7章 展望成功 137 7.1 创意的建立 138 7.2 让它发生 142 7.3 想法生成 147 7.4 精化 151 7.5 探究 152 7.6 验证 157 7.7 转变 158 7.8 小结 160 7.9 接下来 160 第8章 精心制作：备受、稳定、构建 161 8.1 最低限度的可行产品 162 8.2 用户故事 164 8.3 目标与历程 171 8.4 估算 183 8.5 小结 187 8.6 接下来 188 第9章 进入开发 189 9.1 迭代：交付的心跳 190 9.2 以一个团队的形式工作 198 9.3 设计文档 202 9.4 与产品所有者协作 207 9.5 以迭代方式工作 208 9.6 小结 222 9.7 接下来 222 第10章 超越敏捷，持续改进 223 10.1 发布是什么样子的 225 10.2 超越发布，进入持续的改进 230 10.3 倾听与衡量 236 10.4 数字是否增加了 252 10.5 小结 258 10.6 接下来 258 第三部分 工具箱 亲缘性映射 261 分析 262 依原样的体验设计评审 263 “依原样” / “将要成为” 过程映射 264 将相机作为文档 265 协作设计 266 竞争对手评审 267 环境场景 268 环境调查 269 用户体验 / 历程地图 270 用户测试 271 设计评审会议 272 电梯推销 273 人种研究 274 热气球 275 想法生成 276 信息设计 277 洞察 278 从内部看问题 279 我和我的影子 280 人物角色 281 产品盒子 282 原型制作 283 回溯 284 展示会 285 站立会议 286 制作故事板 287 故事地图 288 任务分析 289 折中滑块 290

<<当用户体验设计遇上敏捷>>

章节摘录

版权页：插图：在设计表现得如此固步自封的同时，IT和业务却越来越和谐友好。

现在，设计以及从某种程度上说最终用户，被扔在了外面喝西北风。

业务迷恋于敏捷这一新的、包容的与开发人员一起工作的方式，每隔几周就能交付可工作的软件。

这些敏捷的家伙们甚至将软件需求写成用户故事，细述用户是谁以及他们的目标是什么，于是业务便相信IT的确是将用户放在了心上。

无处不在的网络给现代生活带来了前所未有的影响。

网络访问设备正在同质化，高速无线网络几乎到处都是，互联网成了虚拟神经网络。

Web的数字特性意味着甚至时间本身都有了不同的意义。

现实世界里，我们拼命赶在最后期限之前完成由工业和机械生产过程所驱动的有形人工制品。

在互联网上没有这样的最后期限，只有“在此日期之前使用”的理念，一样东西火与不火与当时的虚拟部落趋势所掀起的潮涌有关。

网络无处不在，同时又是有机的。

它是动态的、自然发生的，而且继续按照达尔文理论进化。

如果一个网站与其目标不再适应，它就会改进，否则就会有新的生命体出现取而代之。

所以，如果我们的设计方式不再与真实世界中的业务和敏捷IT相适应，并且设计不再与互联网的有机框架相适应，那么设计的未来会是什么？

显然这是大多数设计师特别关注的挑战，并以此不断成长。

毕竟，设计师们本质上都是具备分析问题能力的问题解决者，我们只是使用了大脑的另一边来解决问题。

肯定的是，有大量的设计师已经花时间观察并思考这一问题。

虽然也许还没有唯一的、不可辩驳的答案，但在本书中我们将提出一个可供考虑之用的稻草人。

我们不想重新发明车轮，关于敏捷的原理与实现过程，敏捷界的名人已经做了足够多的工作了。

作为设计师，我们要（重新）追上产业大潮，成为弄潮儿。

在本书中，我们将在敏捷项目框架里探讨数字产品开发生命周期，并且探究将设计注入这一过程中的方法。

特别地，我们将提出一个灵活的敏捷交付项目过程，在这个过程中体验设计对项目或业务的成功至关重要。

让我们从一个为在敏捷框架内实现数字设计提供正面指引的敏捷体验设计宣言入手吧。

随着本书内容的深入，我们将对宣言中每一点背后的意义进行更详细的叙述。

作为开始，我们将了解在瀑布环境中设计是如何进行的——在这个环境中，设计有其自己独立的阶段。

如此，可以让读者对改变的需要有所了解——这里的改变既是传统的项目方法学的改变，也有进行设计的时间以及方法的改变。

而后我们将了解敏捷项目框架。

我们将有所深入，但本书并不是敏捷的综合性指南，而是数字设计师的敏捷指南。

所以，我们不会重复那些优秀的敏捷图书已经告诉读者的内容，而是指出如今的工作方式之不同、进入状态所需的是什么，以及对于在敏捷环境中工作的数字设计师这意味着什么。

这是一本目前所缺的、关于敏捷和设计的书。

<<当用户体验设计遇上敏捷>>

媒体关注与评论

敏捷是以前软件开发火的时候的概念，这本书借用这个思想，让互联网产品团队多接触最终用户，根据用户需求来改变以往的流程，制作用户需要的产品，而不是自己脑子里YY的产品。

前面部分是一些意义之类的内容，后面是实实在在的工作方法，很有用，让你可以理性判断你做出的产品能不能好卖。

如果你们公司团队真的可以采纳的话，结果也会很有效。

快速迭代的方式效果必然要比瀑布好。

但需要团队和个人真的自己做出改变。

也需要像书里那样实践。

第一次可能效果不太好，但熟能生巧后，肯定对产品、个人、团队有帮助。

小300页，基本把用户体验设计的敏捷过程说的比较全面了，有理有据，有虚有实。

好评

<<当用户体验设计遇上敏捷>>

编辑推荐

敏捷开发方法虽然原本是软件领域中的概念，即持续迭代的开发方法。但它也适用于用户体验设计。

设计师需要改变自己的思考方式并适应敏捷准则。

本书展示了设计师、产品经理以及开发团队将体验设计集成到精益产品开发中的方法，提供了使用敏捷方法设计出优秀体验的工具、技术和框架，以便让读者可以快速交付让客户称心如意的产品。

本书将帮助读者：
*将设计过程集成在敏捷项目中，并让自己融入敏捷团队；
*通过做“准时的、刚刚好”的工作，更快地完成优秀的设计；
*使用设计思维、以顾客为中心的设计、产品设计以及服务设计原则的设计方法；
*通过考虑最终用户、业务和技术的需要来创建成功的数字产品；
*理解关于持续设计和持续交付的下一个思维浪潮。

<<当用户体验设计遇上敏捷>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>