

057. Co to jest model szkieletowy?

Modele szkieletowe są ważne, jeśli nie niezbędne. Jeśli jesteśmy „architektem”, to makiety są planami. Jednak ich prosty wygląd sprawia, że niektórzy myślą, że są to proste, łatwe dokumenty. Model szkieletowy to dokument techniczny. Linie, pudełka, etykiety. Może kolor lub dwa. Otóż to. Modele szkieletowe są często porównywane do planów, ponieważ mają podobny cel. Plan mówi budowniczemu, jak wykonać plan architekta. Nie jaką tapetę lub meble wybrać. A plany są traktowane poważnie. Nie są sugestią, „szorstkim szkicem” ani „szybką makietą”. Wszystkie te szkice, które tworzysz na tablicach lub podczas sesji burzy mózgów, są cenne, ale nie są to makiety. Są to twoje przemyślenia na temat makiet, które zrobisz później. Narysowanie szkieletu może zająć tylko godzinę, ale zaplanowanie może zająć tygodnie lub miesiące. Ważne jest, aby Twoi współpracownicy i klienci to zrozumieli. Jeśli inny programista lub projektant nie może jeszcze użyć Twojego modelu szkieletowego, nie jest to model szkieletowy. To szkic. Kontynuować.

058. Czym nie jest model szkieletowy?

Kiedy większość ludzi myśli o UX, myślą o diagramach linii i pudełek, które nazywamy modelami szkieletowymi. Niestety wiele osób uważa, że robienie makiety jest tym samym, co robienie UX. Model szkieletowy to dokument planowania. Jest to dokument instrukcji technicznej dla „budowniczych”. Modele szkieletowe pozwalają nam mówić wnikliwie rzeczy, takie jak „Ups, zapomniałem głównego menu!” w ten sam sposób architekt mógłby powiedzieć: „Ups, zapomniałem drzwi wejściowych!” Mimo to wiele osób ma szerokie nieporozumienie dotyczące makiety i używa ich niewłaściwie. Poniżej znajduje się lista tego, czym modele szkieletowe nie są. Sprawdź, czy rozpoznajesz się w którymś z 5 największych niewybaczalnych (!) grzechów związanych z modelem szkieletowym:

1. Modele krawędziowe nie są podstawowym szkicem.

Często traktujemy makiety jak szybki i brudny szkic lub jak krok 1 projektu. „Na razie zrób szkielet!” Nie są. Modele szkieletowe wyraźnie wykluczają projektowanie, aby pokazać, jak witryna/aplikacja będzie działać, a nie jak będzie wyglądać. Te rysunki na serwetkach, które robisz (i ja) na początku, są ważne dla uporządkowania naszych myśli, ale nie są to makiety. Wyjaśnij wczesne koncepcje/myśli słowami i obrazami, a nie makietami. Zamiast tego pokazuj przepływy jako ikony, ręcznie rysowane szkice, mapy witryn, slajdy lub historie użytkowników; są lepsze, szybsze w wykonaniu i łatwiejsze do zrozumienia dla klienta.

2. Dobre makiety wymagają czasu.

Wiem, że wyglądają na proste, ale za tymi pustymi prostokątami kryje się dużo myślenia. Każdy mały kawałek musi być starannie zaplanowany i umieszczony na określonej stronie. Każde łącze potrzebuje miejsca docelowego. Każda strona potrzebuje linku (na innej stronie), aby się tam dostać. Każdy przycisk musi być tam, gdzie użytkownik go potrzebuje, a nie tam, gdzie użytkownik go nie potrzebuje. Modele szkieletowe to w 90% myślenie, 10% rysowanie. Upewnij się, że wszyscy szanują potrzebę 90% części!

3. Szkielety nie są prezentowane w fazach.

Wszystko wykonane przez ludzi przechodzi przez „szkice”, gdy doskonalimy nasze pomysły, ale makiety są albo gotowe, albo nie. Jeśli nie są skończone, dzieje się tak dlatego, że coś nie jest rozwiązane, nie jest zorganizowane, nie będzie działać, będzie trudne w użyciu lub brakuje. Jeśli nie możesz zacząć budować, makiety są w toku. Nie bój się powiedzieć tego klientowi lub menedżerowi! Podejmowanie decyzji w oparciu o na wpół gotowe makiety to koszmar, który czeka, aby się wydarzyć. Mówię to z doświadczenia.

4. Szkielety należy traktować poważnie.

Widziałem, jak ludzie przenoszą wydrukowany szkielet (na papierze) z jednej sekcji witryny do drugiej, ponieważ „czuje się” lepiej. Widziałem 70-stronicowy zestaw makiet dla sieci społecznościowej, która nie miała strony profilowej (zaprojektowanej przez jedną z najlepszych agencji reklamowych na świecie!). Widziałem treści generowane przez użytkowników, których nie można nigdzie wygenerować. Widziałem, jak klient przekreślił przycisk „zarejestruj się teraz”, ponieważ jest „brzydki” w makiecie. Widziałem stronę zaprojektowaną i uruchomioną przez globalną agencję bez menu głównego (myślałem, że żartuję, kiedy to powiedziałem, prawda?). Może się to wydawać wielkim problemem lub nie, ale każdy z nich jest przykładem paraliżującego błędu, który może zniszczyć produkt lub usługę. Zaplanuj wystarczająco dużo czasu na makiety – szczególnie w dużych projektach. Oznacz i opisz (tj. opisz) każdy element każdej strony, aby programista nigdy nie musiał Cię pytać, co ma robić przycisk.

5. Szkielety nie są przeznaczone do wyświetlania.

Trochę umieram za każdym razem, gdy widzę makiety w kolorze niebieskim i prezentowane w stylowy sposób. Od razu wiem, że ludzie stojący za tymi makietami nie mają szacunku dla tego, co robią: nie używali koloru w znaczeniu (czerwony jako ostrzeżenie itp.), próbowali przekazać ważne rzeczy klientowi/szefowi, robiąc je ładniejsze i skupili się na „wyglądzie i odczuciu” w dokumencie, który służy głównie do celów technicznych. Sprawianie, że model szkieletowy wygląda jak plan, jest odpowiednikiem użycia Comic Sans do napisania umowy.

059. Ucz się umiejętności, a nie narzędzi

Jednym z najczęstszych pytań w UX jest „Jakie jest najlepsze narzędzie do tworzenia szkieletów?” Ale kiedy staniesz się dobry w wireframing, zdasz sobie sprawę, że odpowiedź na to pytanie brzmi: najprostsza. Wielu projektantów jest zaskoczonych, gdy mówię im, że używam Adobe Illustrator, Sketch, a Apple Keynote do wykonania makiety (chyba, że projekt jest naprawdę skomplikowany). Użyłem Omnigraffle, Mockflow, Balsamiq i wielu innych opcji oprogramowania, które mogły, ale nie musiały być przeznaczone do szkieletów, i szczerze mówiąc, myślę, że większość z nich jest przez większość czasu zbyt skomplikowana.

Różne narzędzia działają w różnych sytuacjach

Jeśli tworzysz bardzo złożoną witrynę z wieloma różnymi treściami, na przykład gigantyczny, międzynarodowy intranet dla firmy zatrudniającej dziesiątki tysięcy pracowników, możesz potrzebować potężnego narzędzia.

Ale w przypadku większości projektów te narzędzia mogą być przesadą. Zaprojektowałem całe sieci społecznościowe, które są responsywne, w internetowym narzędziu do rysowania. Zaprojektowałem aplikacje na iPada z sześciocyfrowymi budżetami w Keynote.

Zaprojektowaliśmy stronę internetową dla wiodącego kanału telewizji kablowej, całkowicie w programie Illustrator. Wszystko bez skarg. Moja rada: znajdź i użyj najprostszego narzędzia, które poradzi sobie z projektem i stwórz pliki, które Twój zespół będzie mógł łatwo i tanio udostępnić. To makiety, a nie Mona Lisa.

Zaprojektuj najlepsze rozwiązanie, a nie rozwiązanie, które może zaprojektować narzędzie

Bez względu na rodzaj projektu, który wykonujesz, powinieneś zawsze upewnić się, że projektujesz w oparciu o rozwiązanie, którego potrzebujesz, a nie o funkcje, które posiadasz w swoim oprogramowaniu. Zawsze najpierw zaprojektuj to, co chcesz, a następnie użyj modeli szkieletowych,

aby przekształcić je w dokument techniczny. Jeśli zaczniesz rozwiązywać problemy za pomocą pustego narzędzia do tworzenia szkieletów, jesteś wkurzony, zanim zaczniesz. Często ołówek i papier to najlepsze narzędzie do tworzenia szkieletów. Moją pierwszą rekomendacją dla wszystkich nowych projektantów UX jest używanie ołówka i papieru do tworzenia szkieletów, dopóki nie będziesz musiał być tak konkretny i technicznie dokładny, że wymagane jest coś cyfrowego. Szybko szkicuj, twórz szkice swoich pomysłów, wypróbuj 10 różnych wersji, uporządkuj układy i pomysły, zdecyduj o czymś, a następnie wskocz do komputera, aby stworzyć formalny dokument.

060. Unikaj wygodnych przykładów

Jednym z najczęstszych błędów projektowych jest zapomnienie o mniej typowych zachowaniach użytkowników. Jeśli użyjesz tylko idealnej zawartości w swoich modelach szkieletowych, Twój projekt może się zepsuć w prawdziwym życiu. Jeśli Twój projekt działa dobrze dla 90% użytkowników, jest zepsuty. Z mojego doświadczenia wynika, że rozmowy o projektowaniu UX skupiają się na tym, jak chcesz, aby użytkownicy używali Twoich rzeczy, a nie na sposób, w jaki mogliby z nich korzystać. To niebezpieczne. Jeśli słyszysz, jak mówisz takie rzeczy jak „Większość nagłówek prawdopodobnie zmieści się w jednej linii” lub „Użytkownicy i tak prawdopodobnie nie będą mieli więcej niż tysiąc znajomych” lub „Większość naszych użytkowników prawdopodobnie użyje swojej twarzy jako zdjęcia profilowego”, stwarzasz okazje do porażki.

Jak krótko to może być?

Co się stanie, jeśli ktoś wybierze okres jako tytuł? Lub pozostawia to puste? Lub tworzy opis jednym słowem? A co, jeśli cały ich blog to posty z jednym słowem? Kuszące jest wyobrażanie sobie, że wszyscy robią normalne rzeczy, ale ludzie są kreatywni i dziwni. Może piszą artykuły o interpunkcji, a może prowadzą bloga „słowo dnia”, a może nie potrzebują jednej z twoich funkcji. Na Pinterście ludzie regularnie „pomijają” opis, wpisując jedną kropkę. Jeśli chcesz, aby użytkownicy kliknęli ten tekst w celu nawigacji, próbują teraz kliknąć pojedynczą kropkę.

Jak długo to może potrwać?

To najczęstszy błąd przy projektowaniu: zapomnieć o naprawę długich możliwościach. W 1999 roku tytuł drugiego albumu piosenkarki i autorki piosenek Fiony Apple był całym wierszem. Widziałem nazwę firmy będącą znakiem towarowym, która ma 40 słów. Widziałem blog, w którym cały post jest w tytule, a „tekst treści” jest zawsze pusty. Jeśli projektujesz witrynę muzyczną, listę znaków towarowych lub szablon bloga, te zachowania nadal działają, czy może Twój projekt się zepsuje?

Co jeśli nie istnieje?

Zaskakująco często zapomina się o „pustym stanie” projektu. Jak wygląda strona, jeśli użytkownik jeszcze nic nie opublikował? Nie pozwól, aby było puste; zaprojektuj, jak wygląda, jeśli jest pusty.

Co się stanie, jeśli ktoś go usunie?

Trudniejsza wersja słowa „puste” to „usunięta”. Na Reddicie użytkownik może opublikować komentarz, a inni użytkownicy mogą na niego odpowiedzieć, a następnie pierwotny użytkownik może usunąć pierwszy komentarz w rozmowie. Co by się stało w twoim projekcie, gdyby coś takiego się wydarzyło? Co zrobić, jeśli ktoś udostępnił link do czegoś, co zostało usunięte? Co widzi użytkownik, gdy odwiedza ten link?

Co najgorszego może się wydarzyć?

Nie zadawaj sobie pytania, co robi większość użytkowników. To najłatwiejsza część. Zadaj sobie pytanie, w jaki sposób użytkownik może najbardziej nadużyć Twojego projektu. Ogranicz liczbę znaków, które mogą wpisać, lub zaprojektuj go tak, aby wyglądał dobrze tylko z tytułem lub bez tytułu, lub usuń przycisk, który pozwala im usunąć post lub dodaj wielokropek (trzy kropki na końcu), gdy robi się zbyt długo (to się nazywa obcinanie!) Lub dodaj małą notatkę, jeśli użytkownik edytuje oryginalną treść, aby inni wiedzieli, że się zmieniła. I przetestuj swój projekt za pomocą wielu brzydkich, niezwykłych obrazów! Podziękujesz mi, gdy Stowarzyszenie Nagich Ninja utworzy swoje konto.

061. Co to jest wzorzec projektowy?

Kiedy wielu projektantów ma to samo wyzwanie i ktoś rozwiązuje je w elegancki sposób, a wielu projektantów korzysta z tego rozwiązania, nazywa się to wzorcem projektowym. Projekt niekoniecznie jest dobry tylko dlatego, że jest powszechny. Aby być „dobrym” wzorcem projektowym, rozwiązanie musi być powszechne i użyteczne. Niektóre pomysły projektowe stają się popularne, ponieważ umożliwiają leniwym projektantom interfejsu użytkownika ignorowanie trudnej funkcji. To jak zakładanie torby na głowę kogoś, kto jest brzydki. Na przykład: przycisk „hamburger” Facebooka, który reprezentuje ukryte menu w wielu aplikacjach mobilnych, zaczął pojawiać się na pełnowymiarowych witrynach internetowych, które mają dużo miejsca na menu. To powszechne, ponieważ ukrywanie menu jest łatwiejsze niż zaprojektowanie ładnego, a nie dlatego, że wyniki są lepsze. W rzeczywistości wielu użytkowników w ogóle nie zauważa ukrytego przycisku menu „hamburger” i opuszcza witrynę lub gubi się.

To źle.

I leniwy.

„Nie rób tego, suko” -Jesse Pinkman.

Obecnie istnieją setki wzorców projektowych, które cały czas się zmieniają wraz z rozwojem urządzeń i technologii, więc nie mogę sporządzić pełnej listy. Ale jeśli wpiszesz w Google „wzorce projektowania interfejsu użytkownika”, znajdziesz wiele witryn, które zbierają wspólne rozwiązania (niezależnie od tego, czy są dobre, czy nie).

062. Wzór Z, wzór F, hierarchia wizualna

Łatwo sobie wyobrazić, że każdy użytkownik z podekscytowaniem czyta każdy napisany przez Ciebie list i każdy Twój piksel. Pozbądź się tego, ponieważ prawdziwi użytkownicy tego nie robią. Skanują. „Skanowanie” oznacza, że użytkownik przestaje czytać tylko wtedy, gdy coś przyciągnie jego uwagę. Ta lekcja dotyczy wzorców skanowania. Korzystanie ze strony internetowej lub aplikacji może za każdym razem wydawać się innym doświadczeniem, ale w rzeczywistości sposób, w jaki ludzie patrzą na dowolny projekt, jest dość przewidywalny.

Wzór Z

Zacznijmy od najnudniejszego projektu, jaki mogę sobie wyobrazić: całej strony gazety pełnego tekstu. Cała jedna historia. Brak nagłówków. Brak obrazów. Brak przerw lub cytatów typu pull; tylko tekst, w parzystych kolumnach, od rogu do rogu. W takim projekcie, którego, mam nadzieję, nigdy nie stworzysz, użytkownicy będą go skanować we wzór przypominający literę „Z”, zaczynając w lewym górnym rogu i kończąc w prawym dolnym rogu. Wszystko, co nie znajduje się w pobliżu litery Z, prawdopodobnie nie zostanie zauważone.

Nudy! Zzzzzzz.... (widzisz co zrobiłem?)

Powodem, dla którego poświęciłem tyle czasu na uczenie Cię zasad projektowania wizualnego, jest to, żebyś wiedział, jak ulepszyć ten układ.

Aha!

Jeśli dodamy większy nagłówek (waga wizualna), stworzymy jedną kolumnę do naśladowania (napięcie linii) i użyjemy mniejszych sekcji (powtórzenia), możemy przybliżyć ludziom słynny wzór F.

Wzór F

Podobne układy = podobny wzór skanowania. Wyniki Google stanowią świetny wzór F, jeśli śledzisz ruchy oczu użytkowników. Wzór F rozstawił założycieli Nielsen Norman Group m.in. z powrotem. Wciąż prowadzą bardzo dobrego bloga i publikują wiele raportów, które warto przeczytać. Wzór F działa tak:

1. Zaczynij w lewym górnym rogu, tak jak wzór Z.
2. Przeczytaj/zeskanuj pierwszą (nagłówkową) linię tekstu.
3. Przeszukaj lewą stronę kolumny, aż znajdziesz coś interesującego.
4. Przeczytaj uważniej interesującą rzecz.
5. Kontynuuj skanowanie w dół.
6. Powtarzając tę metodę w kółko, wzór skanowania zaczyna wyglądać jak „E” lub „F”, stąd nazwa.

Dlaczego to jest ważne?

Możesz zauważyć, że niektóre części strony przyciągają dużo uwagi „naturalnie”, podczas gdy inne części są przez większość czasu pomijane. To właśnie oznaczają „silne” i „słabe” miejsca w układzie. Przycisk w lewym górnym rogu uzyska więcej kliknięć niż przycisk w prawym górnym rogu, który uzyska więcej kliknięć niż przycisk w lewym dolnym rogu, który uzyska więcej kliknięć niż przycisk w prawym dolnym rogu. A wszystkie z nich uzyskają więcej kliknięć niż coś losowo utknętego w środku, chyba że coś z tym zrobisz. Warto również wiedzieć, że każdy „blok” treści i każda kolumna mogą mieć swój własny wzór F. Nie musi to być jeden wzór na stronę, ale to bardziej zaawansowana rozmowa na inny dzień.

Utwórz wizualną hierarchię

Kiedy konsekwentnie używasz typografii, aby wskazać znaczenie tekstu, i pewnych kolorów, aby wyróżnić przyciski, a gdy nadasz większą wagę wizualną rzeczom, które mają znaczenie, tworzy to wizualną hierarchię (tj. projekt, który ludzie mogą łatwo skanować). Nasze oczy przeskakują z ważnej rzeczy na ważną, zamiast skanować jak robot. Niektórzy projektanci uważają, że hierarchia wizualna jest dobra, ponieważ wygląda lepiej, ale prawda jest taka, że jest ona lepsza, ponieważ łatwiej ją zeskanować.

063. Układ: Struktura strony

Teraz, gdy ustaliłeś swoje cele, zbadałeś swoich użytkowników i zaplanowałeś swoją architekturę informacji, czas wprowadzić te plany w życie! Chociaż może to być kuszące, aby podejść do swoich makiety na podstawie strony po stronie, nie rób tego! Jeśli budujesz dom, nie zaczynasz od pokoi i mebli. Zaczynasz od ścian. To jedna z tych rzeczy typu „zmiierz dwa razy, raz wytnij”. Zasadniczo powinieneś robić szkielety tak, jak robisz tatuaże: zacznij od dużych części, a następnie uzupełnij szczegóły. W tym przypadku duże części to elementy, które pojawią się na wszystkich stronach: nawigacja i stopki.

Stopki

Stopka to zazwyczaj lista linków statycznych, które są zbyt ogólne i nieistotne, aby znaleźć się w głównej nawigacji. Niektóre witryny mają naprawdę ładne projekty stoppek, co jest świetne, ale jeśli użytkownicy potrzebują tych linków, aby witryna działała, stopka jest dla nich niewłaściwym miejscem. Zadaj sobie pytanie: „Czy będą jakieś strony z nieskończonym zwojem?” Jeśli odpowiedź brzmi tak, upewnij się, że wszystko w stopce jest dostępne w innym miejscu. Jeśli selektor języka jest w stopce i ucieka za każdym razem, gdy próbuję go zmienić, pierdol się.

Nawigacja

Menu występują w co najmniej dwóch wariantach: menu głównym i podmenu.

Menu główne

Jeśli poprawnie wykonałeś swoją architekturę informacji, to już wiesz, co powinno znaleźć się w menu głównym. To pierwszy poziom linków na mapie Twojej witryny (pod stroną główną). Kolejność elementów menu – od lewej do prawej lub od góry do dołu – powinna być od najbardziej do najmniej popularnej (mierzona na podstawie zainteresowania użytkowników, a nie tego, jak bardzo je lubisz).

Jeśli jest to zupełnie nowe menu, po prostu zgadnij i powiedz programistom, którzy chcą, aby ich późniejsza kolejność była łatwa. Kiedy uzyskasz prawdziwy ruch na swojej stronie, upewnij się, że Twoje zamówienie i rzeczywista popularność pasują do siebie. Jeśli nie, napraw to.

Podmenu

Podmenu to lista stron na mapie witryny „poniżej” niezależnie od strony, na której znajduje się użytkownik. Zrobiłeś mapę strony, prawda?! Uff. Dobry. Przestraszyłeś mnie tam przez sekundę. Najważniejsze w podmenu jest to, że idealnie powinno znajdować się w tym samym miejscu na każdej stronie, nawet jeśli linki zmieniają się cały czas. W ten sposób użytkownicy szybko dowiedzą się, gdzie go znaleźć.

Ogromne podmenu nigdy nie są dobrym pomysłem

Zawsze dziwi mnie, gdy ktoś próbuje przekonywać, że jego mega menu to najlepszy dostępny pomysł. W rzeczywistości oznacza to, że architektura informacji (i architekt informacji) jest do bani. Wszystko w jednym menu to najbardziej leniwy design we wszechświecie. Rób lepiej. Menu są jak randki: jeśli potrzebujesz więcej niż siedmiu lub ośmiu wyborów, czas złamać komuś serce - może własne.

tl; dr

Utwórz nawigację i stopki, które działają na wszystkich stronach/ekranach w aplikacji, zanim przejdziesz do treści. Podziękujesz mi później.

064. Układ: zakładka, obrazy i nagłówki

Istnieje wiele typowych pytań dotyczących projektowania UX, które będziesz otrzymywać przez całą swoją karierę. I takie, które powinienesz zdobyć, nawet jeśli nie.

Fald

Jedno z najpopularniejszych nieporozumień starej szkoły dotyczy „fałdy”. Jeśli nigdy o tym nie słyszałeś, jest to część twojego projektu, która jest widoczna, zanim użytkownik przewinie. Wszystko powyżej zagięcia uzyska maksymalną widoczność. Jednak z badań, które widziałem, od 60 do 80% użytkowników przewinie się natychmiast, jeśli spodziewają się znaleźć coś przydatnego pod zakładką.

To, co znajduje się nad zakładką, powinno informować użytkowników o tym, co znajduje się pod zakładką. Jeśli użytkownicy nie wiedzą, co tam jest, mogą nie być wystarczająco zainteresowani, aby się dowiedzieć. Uwaga: obecnie popularne jest używanie dużych obrazów tła na górze strony. Jeśli wygląda na to, że strona kończy się w folde, użytkownicy mogą ją opuścić zamiast przewijać. A jeśli potrzebujesz dodać grafikę z napisem „przewiń w dół”, Twój projekt jest słaby.

Obrazy

Wielu projektantów UX traktuje obrazy tak, jakby nie były funkcjonalne, ale obrazy mogą prowadzić wzrok użytkownika, więc powinieneś o nich pomyśleć. W szczególności obrazy ludzi przyciągają więcej uwagi niż cokolwiek innego, czego można użyć w swoim układzie. Ogólna wskazówka: im więcej emocji dodaje obraz, tym bardziej jest angażujący.

PROTIP

W przypadku zdjęć osób postaraj się, aby oczy osoby na zdjęciu patrzyły w kierunku, w którym ma patrzeć użytkownik. To szokujące, jak wiele to robi.

Nagłówki

Poza zdjęciami ludzi, nasze oczy najbardziej przyciąga największy, najbardziej kontrastowy fragment tekstu w układzie. Kiedy więc dodasz duży nagłówek do swojego projektu, właśnie wybrałeś miejsce, w którym ludzie zaczną skanować. Dlatego ważne jest, aby nagłówek był zgodny z najważniejszą treścią pod nim. Jeśli ta treść nie jest bardzo ważna, zwrócisz na nią zbyt dużą uwagę (i odsuniesz się od innych treści). Jeśli nie jest wyrównana, użytkownicy będą szukać nowego punktu zainteresowania po przeczytaniu nagłówka.

tl; dr

- * Daj ludziom coś, na czym mogą się skupić, zanim przejdą.
- * Spraw, aby było oczywiste, że mogą przewijać.
- * Wybierz obrazy, które dodają emocji i kierują wzrok użytkownika.
- * Używaj nagłówków, aby kierować użytkowników do tego, co najważniejsze.

065. Układ: oś interakcji

Jednym z najczęstszych pytań w projektowaniu UX jest „Czy przycisk powinien znajdować się po lewej czy po prawej stronie?” Właściwie to zależy. To zależy od tego, gdzie stworzyłeś wizualne „krawędzie”.

Ten pomysł jest zwodniczo prosty.

Uwaga ludzka jest bardzo ograniczona. Możemy skupić się tylko na jednej rzeczy na raz, na przykład na wiewiórce, kaczej dynastii lub skąpym kostiumie kąpielowym. Tak więc, podczas gdy skupiamy się na jednym kawałku treści, inne fragmenty treści stają się niewidoczne. Nie wierzysz mi? Sprawdź, czy możesz zdać ten test selektywnej uwagi.

ŚMIESZNY FAKT

Na zdjęciach mężczyzny i kobiety w skąpych strojach kąpielowych badania eye-trackingowe pokazują, że kobiety będą patrzeć na piersi kobiety częściej niż mężczyźni, a mężczyźni będą patrzeć na krocze mężczyzny częściej niż kobiety. Nie chodzi o bycie sexy, chodzi o sprawdzenie konkurencji w naturze.

Znajdź krawędzie

W każdym projekcie wykorzystasz zasady wizualne, których nauczyłeś się podczas tego kursu. Kiedy cofniesz się i spojrzysz na swój układ, zauważysz, że wszędzie utworzyłeś „linie”, „krawędzie” lub „bloki”. Mogą to być wyrównane krawędzie tekstu, obrazy lub grupy rzeczy w rzędzie. Każda z tych krawędzi jest osią interakcji. Twoje oczy będą podążać za osią, dopóki nie zostanie przerwana lub do końca. Uwaga użytkownika prawie zawsze skupia się na osi interakcji, a kiedy przestanie się na niej koncentrować, przeskoczy do następnej osi interakcji. Dlatego jeśli chcesz, aby ludzie w coś kliknęli, umieść to na (lub w pobliżu) osi interakcji. Jeśli nie chcesz, aby go kliknęli, umieść go w innym miejscu. Im dalej element znajduje się od Osi, tym mniej ludzi go zobaczy, a jeśli czegoś nie widzisz, nie możesz go kliknąć.

066. Formularze

Gdy pracujesz nad swoimi projektami, jest tylko kwestią czasu, zanim będziesz musiał zaprojektować sposób, w jaki użytkownicy będą udzielać Ci informacji. Formularze to jedno z miejsc, w których spędzisz dużo czasu pod względem użyteczności. Powodują zamieszanie, błędy i utratę zaangażowania i są jedną z najcenniejszych części Twojej witryny. Jeśli nie są one jedną z najcenniejszych części Twojego projektu, dlaczego używasz formularza? Czy wspominałem, że powodują zamieszanie, błędy i utratę zaangażowania?

Jedna długa strona czy kilka krótkich stron?

Najczęstsze pytanie dotyczące formularzy - zarówno od projektantów UX, jak i marketerów - brzmi „Jak długo to za długo?” Dobrą ogólną zasadą jest, aby formularze były jak najkrótsze, ale nie bój się podzielić jej na strony, jeśli ma to sens, lub jeśli chcesz zapisać dane wejściowe w krokach, na wypadek, gdyby użytkownik zakończył pracę w środku. Najważniejsze jest, aby formularz był prosty. Trzymaj powiązane pytania razem; wyeliminować pytania, których tak naprawdę nie potrzebujesz; i używaj tylu stron, ile potrzebujesz, nie więcej, nie mniej.

Typy wejść

Celem formularza jest uzyskanie danych wejściowych (tj. informacji od użytkownika). Istnieje wiele sposobów na ich zbieranie. Niezależnie od tego, czy używasz standardowego pola tekstowego, czy niestandardowego suwaka, powinieneś wybrać typ wprowadzania, który zapewnia odpowiedzi najwyższej jakości. Załóżmy na przykład, że chcesz, aby użytkownik wybrał swój ulubiony rodzaj kozy. Pola wyboru i przyciski opcji pozwalają użytkownikowi wybrać z listy opcji. Jednak pola wyboru pozwalają im wybrać więcej niż jedną opcję, a przyciski opcji umożliwiają tylko jeden wybór.

Jeśli chcesz uzyskać pełniejszą odpowiedź od użytkownika, użyj pól wyboru. Jeśli chcesz bardziej selektywnej odpowiedzi, przyciski radiowe mogą być twoją rzeczą.

Etykiety i instrukcje

Kiedy oznaczasz swoje dane wejściowe - skąd jeszcze użytkownik będzie wiedział, co z nimi zrobić? - bądź krótki, jasny, czytelny i umieść etykiety blisko danych wejściowych. W ogólnym ujęciu rozwiąże to 99% problemów z etykietowaniem. Czasami potrzebne są instrukcje, jeśli pytanie jest niekonwencjonalne lub skomplikowane. W takim przypadku pomocne może być dodanie małego wyjaśnienia. Jeśli to tylko kilka słów, umieść je obok etykiety i danych wejściowych. Jeśli to więcej niż kilka słów, umieść je z boku formularza, a nie w nim, aby nie zakłócać przepływu użytkowników, którzy wiedzą, co robią. Aby uzyskać więcej informacji na ten temat, gorąco polecam książkę Web Form Design autorstwa Luke'a W.

Zapobieganie i postępowanie z błędami

Jeśli chodzi o formularze, zdarzają się błędy. Twoim zadaniem jest zapobiegać jak największej liczbie osób i radzić sobie z resztą tak wdzięcznie, jak tylko możesz. Możesz zapobiec błędom, dodając trochę inteligencji do danych wejściowych. Na przykład, jeśli pole tekstowe jest przeznaczone na numery telefonów, spraw, aby formularz był wystarczająco inteligentny, aby obsłużyć strukturę (000) 000-0000 i 000 000 0000 lub 0000000000 lub 000.000.0000. (Porozmawiaj o tym ze swoimi programistami.) Dając użytkownikom przykład oczekiwanych danych wejściowych, można również zmniejszyć liczbę błędów. Może to być na przykład bezpośrednio w polu tekstowym lub część instrukcji. Gdy użytkownicy przegapią pytanie lub popełnią błąd, powinienes ich ostrzec, aby mogli to naprawić. Jeśli jest to pytanie, które możesz zweryfikować, możesz pokazać znacznik wyboru lub „X”, aby wskazać, czy jest poprawne, czy niepoprawne. Nazywa się to obsługą błędów wbudowanych. Pola hasła używają również metody wbudowanej, aby wskazać, czy hasło jest słabe czy silne podczas pisania. Nie używaj wbudowanej obsługi błędów, jeśli nie możesz zweryfikować danych wejściowych, na przykład gdy ludzie wpisują swoje imię (tzn. nigdy nie wiesz, czy nazwa jest „poprawna”). Gdy użytkownik kliknie „dalej” lub „gotowe”, możesz sprawdzić formularz pod kątem pominiętych pytań lub błędów. Jeśli jest jakiś problem, niech będzie to wizualnie oczywiste, które przegapili i dlaczego się mylą.

PROTIP

Upewnij się, że użytkownik widzi błąd na dole formularza! Jeśli będą musieli przewinąć w górę, aby dowiedzieć się, co się stało, nie zrobią tego.

Szybkość kontra błędy

To trochę zaawansowane, ale bardzo przydatne: czy zadajesz naprawdę częste pytania, takie jak „imię i nazwisko” i „e-mail”, czy bardziej nietypowe, takie jak „jaki jest twój ulubiony rodzaj aksamitnej grafiki?” W przypadku typowych pytań formularz z etykietami wyrównanymi do lewej i nad danymi wejściowymi umożliwi użytkownikom jak najszybsze przejście przez niego. Utrzymuje wszystko na osi interakcji. W przypadku nietypowych lub złożonych pytań formularz z etykietami po lewej stronie danych wejściowych (w tym samym wierszu) nieco spowolni użytkowników, ale spowoduje mniej błędów. W przypadku większości formularzy umieść przycisk „Gotowe” po lewej stronie, na osi interakcji.

Jeśli formularz zrobi coś naprawdę destrukcyjnego lub krytycznego, umieść go po prawej stronie, aby ludzie zatrzymali się, aby go poszukać, zamiast odruchowo klikać. Uff, to było dużo jak na jedną lekcję! Dobra robota!

067. Przyciski podstawowe i dodatkowe

Użytkownicy mogą klikać lub stukać wiele elementów w projekcie. Niektóre z tych działań są pomocne w osiągnięciu celów, a inne nie. Ten przykład pokazuje dwa przykłady przycisków (nie stukaj ich). Jako ogólna wskazówka, będziesz potrzebować tylko dwóch stylów przycisków, ponieważ większość działań użytkownika należy do jednej z dwóch kategorii:

1. Podstawowe działania, które są pomocne w realizacji naszych celów.
2. Akcje drugorzędne, które nie są.

Przyciski podstawowe

Niektóre działania dostępne dla użytkownika są produktywnie, takie jak rejestracja, kupowanie, przesyłanie treści, zapisywanie, wysyłanie, udostępnianie i tak dalej. Produkują rzeczy, które wcześniej nie istniały. Są to podstawowe czynności, czyli rzeczy, które chcemy, aby użytkownik wykonywał jak

najczęściej. Przyciski, które wykonują podstawowe czynności — podstawowe — powinny być jak najbardziej widoczne. Robimy to posługując się zasadami, których nauczyliśmy się wcześniej na kursie.

Styl podstawowy

Wysoki kontrast w stosunku do tła (bardzo różny kolor lub odcień).

Pozycja w układzie

Na osi interakcji lub w jej pobliżu, aby użytkownicy zauważyli je jako pierwsi, odruchowo.

Dodatkowe przyciski

Niektóre działania dostępne dla użytkownika, takie jak anulowanie, pominięcie, zresetowanie, odrzucenie oferty itd., przynoszą efekt przeciwny do zamierzonego. Usuwają lub zatrzymują tworzenie nowych rzeczy. Są to działania drugorzędne lub rzeczy, których nie chcemy, aby użytkownik robił, ale zapewniamy opcję ze względu na użyteczność. Dlatego przyciski uruchamiające opcje drugorzędne – przyciski drugorzędne – powinny być mniej widoczne, aby zapobiec przypadkowym lub „odruchowym” kliknięciom.

Styl wtórny

Niski kontrast w stosunku do tła (podobny kolor lub odcień).

Pozycja w układzie

Z dala od osi interakcji, aby użytkownicy zauważali je tylko wtedy, gdy ich szukają.

Znaczenie to DUŻY wyjątek

Czasami ważne są działania odwrotne do zamierzonych, takie jak usunięcie konta. Działania te powinny uzyskać styl podstawowy, ale drugorzędną pozycję w układzie. Powodem jest to, że chcemy, aby użytkownik to znalazł, ale chcemy, aby zastanowił się nad swoim działaniem, zanim to zrobi. Dobrym pomysłem jest również nadanie temu przyciskowi koloru ostrzegawczego, który wskazuje na wagę akcji (czerwony, pomarańczowy, żółty itp.).

Przyciski specjalne

W niektórych przypadkach będziesz mieć do czynienia z jednym rodzajem działania, który jest unikalny dla Twojej witryny lub aplikacji, co wymaga szczególnego skupienia. Zaprojektuj do tego specjalny przycisk, aby wyróżniał się w Twoim projekcie (łamanie wzoru). Przyciski „Zakup jednym kliknięciem” Amazona, przycisk „Przypnij” na Pinterście i przyciski „Zakup jednym kliknięciem” Amazona, przycisk „Przypnij” na Pinterście i stary, dobry przycisk „Lubię to” na Facebooku otrzymały to działanie (mniej więcej).

068. Projektowanie adaptacyjne i responsywne

UX nie jest uniwersalny, więc w końcu będziesz próbował dopasować swój gigantyczny projekt internetowy do dowolnej liczby innych, mniejszych urządzeń. Nie panikuj. Przystosować się.

Adaptacyjny projekt to tak naprawdę tylko kilka różnych projektów

Wielu początkujących projektantów myli terminologię projektowania adaptacyjnego i responsywnego, ale w rzeczywistości jest to dość proste. Projekt adaptacyjny to kilka różnych projektów; po jednym dla każdego typu urządzenia, który Twoim zdaniem jest ważny. Na przykład, jeśli masz sklep internetowy i masz klientów odwiedzających witrynę mobilną i komputerową, możesz zaprojektować małą wersję

na telefon i większą wersję na komputery. Jeśli ktoś odwiedza telefon, widzi ten mały, a jeśli odwiedza go na większym ekranie, widzi ten duży.

Otóż to.

Projektowanie adaptacyjne zajmuje mniej czasu i jest łatwiejsze, ponieważ jest znacznie bardziej statyczne niż projektowanie responsywne. Wielu projektantów publikuje wersję swojego projektu na urządzenia mobilne i wersję na przeglądarkę i nazywa to „responsywnym”, ale w rzeczywistości często nie zaprojektowali stanów „pomiędzy” projektu.

Responsywny projekt to jeden projekt, który pasuje do wszystkich ekranów

Responsywny projekt „rozciąga się” i „dopasowuje” wraz ze zmianą rozmiaru okna, więc bez względu na to, z jakiego urządzenia korzystasz lub jaką rozdzielczość ma Twój ekran, działa idealnie. Jak dochodzi do tej magicznej reakcji, mówisz? Cóż, wszystko sprowadza się do „punktów przerwania”. Jeden układ nie może się rozciągać w nieskończoność i nadal wygląda dobrze, więc musisz zdecydować. Jeden układ nie może się rozciągać w nieskończoność i nadal dobrze wygląda, więc musisz zdecydować, kiedy pokazać lub ukryć niektóre funkcje i jak daleko chcesz, aby coś się rozciągnęło wcześniej „pęknie” i zmieni się na układ, który będzie lepiej pokazywał rzeczy w tym rozmiarze. Następnie, gdy urządzenie ładuje stronę lub zmienia rozmiar okna, witryna dostosowuje się automatycznie, zapewniając wszystkim orgazmicznie doskonałe wrażenia. Nie ma sposobu, aby w krótkiej lekcji opisać wszystkie aspekty projektowania responsywnego, ale gdy zagłębisz się w UX, warto przeczytać o tym więcej.

069. Projektować czy przeprojektowywać?

To tylko kwestia czasu, zanim będziesz musiał wybrać między ulepszeniem tego, co istnieje, a tworzeniem czegoś nowego. Czasami oczywistym wyborem jest nowy projekt od podstaw. Na przykład wtedy, gdy Twoja firma nadal korzysta z witryny z 1998 roku, a wielokolorowe, animowane tło jednorożca po prostu nie mówi o profesjonalizmie, jak kiedyś. Czasami oczywistym wyborem jest ulepszenie starego projektu. Na przykład, gdy projektanci aktualizują akcentujący kolor marki z ładnej leśnej zieleni na świeżą, miętową zielenią, ale wszystkie cechy pozostają takie same.

Bez myślenia.

Ale co, gdy witryna ma dwa lata, a kilku użytkowników wspomniało, że Rzecz A i Rzecz B nie są tak dobre, jak twoi konkurenci? Nie tak oczywiste.

Najpierw zdefiniuj problem

Jeśli nie wiesz, co rozwiązujesz, nie wiesz, jak to rozwiązać. Najpierw zdecyduj więc, do jakiego wyniku dążysz, i zastanów się, jak daleko od tego jest Twój obecny projekt. Jeśli użytkownicy są zdezorientowani, ponieważ często przeocząją przycisk, możesz być w stanie aby go rozwiązać, zmieniając kolor przycisku. Jeśli użytkownicy są zdezorientowani, ponieważ struktura Twojej witryny jest tak samo sensowna, jak kampania prezydencka Donalda Trumpa, możesz potrzebować większej zmiany, aby rozwiązać problem.

Dokonaj najmniejszej zmiany, jaką możesz dokonać

Czasami robienie wszystkiego jest prostsze niż robienie jednej rzeczy. Kiedy masz poczucie problemu i tego, co może być potrzebne, aby go rozwiązać, nie szukaj największego, najfajniejszego sposobu jego rozwiązania. Poszukaj minimalnej liczby zmian, które możesz wprowadzić, aby wykonać zadanie. Załóżmy na przykład, że Twoje menu jest mylące. Jeśli możesz rozwiązać problem, czyniąc etykiety menu bardziej przejrzystymi, zrób to. Zmiana tekstu jest łatwa do wykonania i łatwa do

przetestowania. Jeśli to nie wystarczy, może możesz dodać linki krzyżowe w witrynie, aby użytkownicy mogli łatwo znaleźć to, czego chcą, nawet jeśli przejdą na niewłaściwą stronę. Nie ma problemu. A jeśli to nie wystarczy, może możesz przeprojektować stronę główną, aby zawierała oczywiste skrótów do popularnych rzeczy, które są nieco trudne do znalezienia. A jeśli to nie wystarczy, możesz przenieść/połączyć kilka stron, aby istniały tam, gdzie użytkownicy spodziewają się je znaleźć.

Ale...

Jeśli Twój kod jest naprawdę stary lub jest zbudowany na głównym systemie zarządzania treścią, lub jeśli inne ważne rzeczy muszą zostać zmienione w tym samym czasie, lub jeśli Twoja firma chce zarabiać pieniądze w inny sposób... wszystkie opisane wcześniej zmiany mogą być trudniejsze niż po prostu wrzucić całą witrynę do garbagio (to po włosku śmieci... prawdopodobnie) i zaczynać od zera. Nowy projekt od zera zabiera cały bagaż starego projektu, ale oznacza to, że musisz być bardziej ostrożny przy wykorzystaniu wszystkich istniejących danych i zarządzaniu oczekiwaniami. Gdyby Facebook miał jutro zupełnie inny wygląd, wszyscy byliby wkurzeni, nawet jeśli nowy wygląd jest lepszy. Tak czy inaczej, pamiętaj, aby pomóc użytkownikom poznać nowy design!

Czasami najlepsze przeprojektowanie to mniej

Dodawanie funkcji nie zawsze jest właściwym wyborem. Zawsze warto zadać sobie pytanie, czy można rozwiązać problem, zabierając rzeczy. Może Twoja nawigacja jest myląca, ponieważ jest zbyt wiele opcji, którymi nikt się nie przejmuje. Być może przekazałeś użytkownikom tak dużo treści, że strona jest trudna do przeskanowania. Być może oferujesz tak wiele funkcji, że jest zbyt wiele do nauczenia się, więc nikt nie zostaje na tyle długo, aby to zrozumieć! A może uda Ci się zautomatyzować wiele rzeczy, aby uprościć pracę użytkownika, nawet jeśli oznacza to, że Twoja praca będzie bardziej skomplikowana. Jeśli chodzi o interfejsy, zwykle mniej znaczy więcej.

070. Dotyk a mysz

Psychologia każdego interfejsu może być taka sama, ale praktyczne szczegóły mogą się bardzo różnić w zależności od tego, co potrafi samo urządzenie.

Mysz ma pewne zalety nad palcem

Wskaźnik myszy (mała strzałka) to przedłużenie twojej dłoni, które żyje na ekranie, umożliwiając interakcję z większym ekranem, nawet nie będąc w jego pobliżu.

Mały i dokładny

Ponieważ wskaźnik myszy nie jest fizyczną „rzeczą”, może mieć dowolny rozmiar (teoretycznie). W tym przypadku mniejszy oznacza dokładniejszy. Mysz może w rzeczywistości wybrać pojedynczy piksel, chociaż przyciski jednopikselowe nie są zalecane. Ale jeśli chcesz zrobić coś, co wymaga precyzyjnej kontroli lub dużej ilości szczegółów, jak Photoshopowanie Justina Biebera w reklamie bielizny, wtedy mysz będzie działać lepiej.

Możliwość zawisu

Wskaźnik myszy jest jak Samuel L. Jackson: zawsze na ekranie. A komputer wie, gdzie to jest. Największą zaletą myszy jest to, że może wprowadzać zmiany bez klikania. Gdy użytkownik umieści wskaźnik „nad” przyciskiem lub menu (tj. najedzie kursorem), interfejs może zmienić kolor lub wyświetlić opcje, o których nawet nie wiedział – to się nazywa odkrywanie.

Łatwo wybiera przedmioty

Mysz może klikać małe obszary między poszczególnymi literami lub klikać i przeciągać, aby zaznaczyć określony obszar. To także duża przewaga nad palcami, które blokują nam widok i przewijają ekran, gdy „dotkniemy i przeciągniemy”. Wskaźnik myszy jest zatem znacznie lepszy (lub szybszy), jeśli chodzi o pracę z edycją tekstu i obrazu, która wymaga starannych selekcji, lub podczas pracy z gramami, które wymagają precyzji.

Ukryte opcje/nawigacja

Użycie prawego przycisku myszy (lub Cmd-click na Macu) w większości programów i niektórych witrynach internetowych spowoduje wyświetlenie menu lub opcji zaawansowanych. Dzięki temu możesz zaprojektować typowe skróty w samym wskaźniku myszy, zamiast wyświetlać je na ekranie. A wszystko na ekranie może mieć inne menu pod prawym przyciskiem myszy. Niektóre aplikacje dotykowe mają podobną koncepcję „dotknij i przytrzymaj”, ale jest ona wolniejsza i mniej czywista.

Może zmienić kształt

W przeciwieństwie do palca wskaźnik myszy może wyglądać jak cokolwiek chcesz! Strzała, ręka, ikona, urocza mała świnka i tak dalej. Kiedy kursor się zmienia, informuje użytkownika, co się stanie, gdy użytkownik kliknie, na przykład wtedy, gdy wskaźnik zmieni się w dłoń nad łączem (metafora dotyku!). Wiele programów korzysta z tego, aby zapewnić bogatą wizualną informację zwrotną.

Twój palec ma przewagę nad myszą

Większość ludzi ma 10 takich złych chłopców, a zostali oni zaprojektowani w naturalnym procesie zwanym ewolucją, który wydaje się być dość dobry w projektowaniu narzędzi. Oto niektóre z zalet twoich starych, zaufanych palców:

Wbudowana informacja zwrotna

Twoje palce mają w sobie nerwy, które informują mózg, kiedy czegoś dotykają. Kiedy Twój palec dotyka ekranu, nie potrzebujesz czegoś wizualnego. Gdy Twój palec dotyka ekranu, nie potrzebujesz wizualnej informacji zwrotnej, aby to potwierdzić. Biorąc to pod uwagę, wizualna informacja zwrotna jest nadal dobrym pomysłem. Jednak w niedalekiej przyszłości urządzenia będą prawdopodobnie dawały ci dotykową informację zwrotną, którą możesz wyczuć palcami!

Bezpośrednio do interfejsu

Zamiast sięgać po mysz, gdy chcesz kliknąć przycisk, sięgasz po przycisk. To może wydawać się małe, ale oznacza to znacznie mniej pracy dla twojego mózgu.

Tworzy orientację fizyczną

Bezpośrednie połączenie z interfejsem oznacza, że ludzie zaczynają zakładać, że ma zastosowanie wiele właściwości fizycznych rzeczywistych. Chcesz zrobić coś większego? Rozciągnij go. Mniejszy? Uszczypnij to. Podnieść to? Połóż na nim palec i przesun go w górę. Być może nie zdawałeś sobie sprawy, że przewijanie „w dół” na ekranie oznacza przesuwanie treści „w górę” w rzeczywistym świecie. Urządzenia dotykowe zmieniają to, dzięki czemu „górze” oznacza górę, a „dół” oznacza dół.

Zawsze dostępne

Na ekranie dotykowym wpisujesz, klikasz i wybierasz tym samym: palcem! Wiesz również, gdzie znajduje się Twój palec, gdy go nie używasz, więc nigdy się nie zgubi. Ufnie.

Gesty i multitouch

Gestykulowanie rękami jest częścią każdej rozmowy (zakładając, że masz sprawne ręce), więc kiedy musimy wykonać machnięcie lub szczypanie, nie stanowi to problemu. Czasami jednak musimy nauczyć ludzi, jakich gestów używać, więc uważaj na używanie szalonych lub skomplikowanych gestów. Jeśli potrzebujesz zrobić coś bardziej skomplikowanego, lepszym wyborem może być gest wielodotykowy, czyli wtedy, gdy używasz więcej niż jednego palca.

W pełni przeszkolony od razu po wyjęciu z pudełka

W wieku około czterech lat opanowałeś podstawy motoryki, czego dowodem jest fakt, że małe dzieci potrafią korzystać z iPhone'a tak samo dobrze, jak niektórzy dorośli. Jeśli przyjrzesz się, jak te same dzieci używają myszy, zauważysz, że jest ona mniej wygodna i mogą czasami patrzeć na mysz, aby zachować orientację.