

一則關於用戶導向設計師的 寓言

THE FABLE OF THE
USER-CENTRED DESIGNER

DAVID TRAVIS 大衛·崔弗斯 著作

Wen Nivala 許晴晏 中文翻譯

USERFOCUS

內容

前言	4
追尋	5
用戶導向設計師	9
第一個關於用戶導向設計師的祕密	13
第二個關於用戶導向設計師的祕密	22
第三個關於用戶導向設計師的祕密	29
用戶導向設計師的解說	35
新的用戶導向設計師	43
致謝	45
作者簡介	46

前言

幾年前，我讀了由肯尼斯·布蘭佳(Kenneth Blanchard) 與斯賓賽·強森(Spencer Johnson)合編的一本書，書名為‘一分鐘經理人’。這本書描寫了一個年輕人，想要變為有效率的經理人的寓言故事，以此來點出好壞管理的差異。

我花了一天在家沈思，思考著布蘭佳與強森會怎麼看用戶導向設計。就跟管理一樣，用戶導向設計表面上看起來很簡單，但是當它涉及到大量的用戶經驗時，多數人通常會犯錯。但另外一方面，它就像是管理，通常也是存在一些簡單卻有力的原則。

書裡的這個寓言故事就是我思考的結果，如果你讀過‘一分鐘經理人’的話，你會發現我保留了相同的結構以及一些相似點。但是最重要的是，故事利用簡單的敘述，帶你揭開用戶導向設計的秘密。我希望你們會喜歡這個故事，並且學會運用它，然後轉述它。

二零零九年十二月 大衛·崔弗斯

追尋

有一個聰明年輕人，他在尋找著怎樣成為一個有效率的設計師。

他不只是想成為一個設計師而已，他想要知道如何成為一個可以有能力設計複雜的科技產品，且產品仍然容易使用的設計師。

他想要跟這樣的設計師共事；他想要跟這樣的設計師學習；他想要成為這樣的設計師。

多年來，他走遍天涯海角的尋找。

他跟很多設計師聊過：有平面設計師跟產品設計師；有軟體架構工程師跟資訊工程師；有商業分析師也有程式設計師；男女老少都有。

他去過各式各樣的設計環境：他參觀過大公司跟小公司；數位設計公司跟生產製造的公司；網頁設計公司跟電腦遊戲設計公司。

他親身經歷人們設計各種科技產品的各種層面。

然而，他總是對他看到的感到不滿意。

他看過很多設計師，而且是一些被他們的客戶認為是好的設計師，他們的軟體跟網頁被形容是很吸引人的產品。

但大部份的人使用起來的經驗則不是那樣美好。

於是這年輕人訪問了這些設計師，他問：“你認為你是怎樣的設計師？”這些人的答案出奇的一致：

“我的設計在視覺上看起來很驚艷，我設計的介面很吸引人的目光。”

他聽的出來這些言語中的引以為傲以及他們對追求美感設計的堅持。

但大部份的人使用起來的經驗則不是那樣美好。

這個年輕人也遇到一些設計師，一些他們的客戶也說他們是優秀的設計師，而他們的產品被認為具有相當高的水準。

然而當人們嘗試去使用這些產品後則不以為然。

年輕人坐下來聽這些設計師對於相同的問題的看法，他聽到的是：

“我的設計採用最前衛的科技，我設計的介面總是讓人認為很炫。”

他聽見這些語氣的自傲，也看出他們喜好高科技的追求。

但他卻感到迷惘。

好像世界上大部份的設計師不是對外觀吸引人的介面設計有興趣，就是對很新潮的科技介面設計感到熱衷。

這年輕人認為，這些設計師們只是部份地有效率，“這就像不完整的設計師”，他認為。

他帶著疲憊與低落回到家裡。

他很久以前就可以放棄這段探索，但他有一個很大的優點，他清楚明白他找尋的是什麼。

“有效率的設計師，”他想，”整體來說應該是可以利用科技去創造出對公司、客戶或社會有益的產品。”

這個年輕人看遍世界每個角落只為了找尋一個有效率的設計師，但他發現這樣的設計師並不多見。即使看到的這些少數設計師也不願意分享秘訣給他。年輕人開始覺得他可能永遠都沒辦法知道如何成為一個有效率的設計師。

然後，他開始聽到一些關於一個特別設計師的謠傳，而他就住在附近的鎮上。他聽到客戶們喜歡跟這個設計師工作，且客戶們使用過他設計的產品也都喜歡他。這年輕人好奇，如果這流傳的故事是否是真的。如果是真的，不曉得這位設計師願不願意分享他成功的秘訣。

在好奇心趨使下，他寫了信希望跟這位特別的設計師約見面。十分鐘後，他得到回應，這位特別的設計師明天早上有空。

用戶導向設計師

這年輕人在清晨的濃霧中赴約，這是個十二月中寒冷的天氣，他得包著緊緊地來驅逐寒冷。

當他抵達這設計師的辦公室，他發現設計師正在煮咖啡。這年輕人輕咳一聲，設計師則轉身報以微笑。這設計師是個清瘦的約五十歲的中年男子，他招呼年輕人坐下並且問：“有什麼我可以效勞的地方嗎？”

這年輕人語帶緊張地說：“我想要請教你幾個關於設計與科技的問題。”

“我非常樂意與你分享我的設計理念，”這設計師說。“但我對你僅有一個要求。”

這正是年輕人盼望期待的，這段尋找的過程中，大部份他拜訪的設計師都想要將這些方法當成私家秘密。

這設計師繼續說：“如果我回答到你的問題了，我希望你同意將這些理念傳遞給其他人。”

“那有什麼問題。”年輕人大聲答著。這個設計師確實看起來有個性。

年輕人拿出他隨身攜帶的Moleskine 傳奇筆記本，試探性的問：“當你設計介面的時候，你會專注在它的外觀設計嗎？”（註：Moleskine notebook 傳奇筆記本，為歐洲常見的一種頗受文人雅士愛用的筆記本。）”

“當然，”設計師回答。“最新科技是相當複雜的。”人們需要看到簡潔的呈列方式，否則他們就沒有機會看到裡面有哪些功能。”

“所以你是一個視覺設計師，”年輕人問著。

“當然不是，”設計師更正他。“視覺設計只是用戶經驗配合科技的一部份。”

年輕人看著他的筆記本，”所以，”他繼續地說，“你會設計那種最新科技的創新產品嗎？”

“這當然會是考量的一面，”設計師回答著，“但科技只是解決方案的一部份。”

年輕人闔上他的筆記本，”那麼，在這種情況下，我開始困惑了。”他說。“那你是怎樣的設計師？”

“很簡單，” 設計師毫不猶豫的回應。他往前撐住他的椅子扶手小聲說著：“我是個用戶導向設計師。”

年輕人臉上出現驚喜的表情。他從未聽過用戶導向設計師。”你剛說你是什麼？”

設計師微笑著。”一個用戶導向設計師。我可以這樣稱呼我自己，因為我重視的是在使用產品跟網站的這些人，而不是專注在視覺設計或是偏重新科技設計。”

“那你都做些什麼？” 年輕人好奇的問著。

“如果你真的想要了解，你不應該問我，” 設計師看著他。”你應該問我的客戶們。”

這個用戶導向設計師從他的桌子拿起了一張紙。他從連絡簿裡抄下一些人名跟電話。”這名單上列的是我去年一起合作過的三個人。他們都曾經說過很樂意談論關於我幫他們做過的工作，而且他們今天都有空可以跟你見面。要不要一一打個電話聯絡他們？

年輕人離開這棟大樓，走進凜冽的冬天裡。一道微弱的陽光才剛從濃霧中破曉。當他把他的外套拉緊時，他感到些微的困惑與鬱悶。他預期當他離開這位用戶導向設計師辦公室時，會帶點說明書、教科書或其他什麼的讓他詳讀。他沒想到他還得去跟客戶們聊。

年輕人看著名單上的第一個名字: 珍·桑普森(Jane Sampson)。他撥了電話給她。

第一個關於用戶導向設計師的秘密

那個早上年輕人來到了珍·桑普森的辦公室。接待櫃台在她打電話連絡時請年輕人填寫了訪客資料。年輕人同時也脫下他的大衣並把它掛在接待區的衣架上。” 你有個訪客要見你，” 他聽到來自櫃台的聲音。

一個帶有赤褐色頭髮、身材苗條的女士很快地來到接待區。她伸出手表示歡迎，同時熱忱的說：“所以你已經見過了那位特別的設計師囉？很有個性的一個人。”

“是阿，他還蠻有個性的” 年輕人微笑著回應。

“那他有跟你說過關於當一個用戶導向設計師的事情嗎？” 珍問。

“有，” 年輕人說著。” 但他並沒有跟我說太多。他建議我應該找你跟他另外兩個客戶。”

珍打開會議室的門，並招呼年輕人坐下。“這樣啊，這還蠻像他的想法。” 珍說。” 最初當他幫我們做軟體再設計時讓我一頭霧水。”

年輕人問：“是因為他不討論任何視覺設計或是新科技設計嗎？”

“沒錯！”珍回答。“他討論我們的客戶。”

“那這帶來什麼幫助？”

“這個啊，”珍接續地回答，“我們設計軟體來幫助企業管理他們的財務。”在用戶導向設計師的幫助下，我們很快就體認到我們並不怎麼了解客戶實際上如何使用我們的系統。

當珍在講的同時，年輕人拿出了他的傳奇筆記本，打開了他的筆蓋。珍繼續講著：“我們設計團隊的一些人認為，只有公司裡面一兩個人會經常使用我們的軟體，所以他們希望設計符合專家使用。”其他人認為我們的產品可能也會被一些人少量使用，所以我們的設計應該考量初學者。”

“為什麼會有這些問題？”年輕人不解問著。

“因為這軟體過去試著同時考量這兩個事情，但是最後失敗的很徹底。它不符合任何人的需求。”

“那用戶導向設計師幫了什麼忙？”年輕人問著。

“首先他找出我們系統的用戶，以及他們想要用我們的系統做什麼事情，”珍回應。”他觀察人們在辦公室裡如何整理公司的財務資料，並且訪問他們其中的一些人。”

“那他發現了什麼？”

“他幫助我們體認到我們有一群有著很不同需求的特殊用戶。我們當初設計這軟體假設的一般‘用戶’實際上並不存在”。

“所以現在你知道你在為誰設計，他們想要利用這產品做什麼事情？”年輕人歸納著。

“你說對了，”珍說。”我們創造了用戶資料，幫每一種類型的客戶都做了素描，然後確認設計團隊了解他們在為誰作設計。”
年輕人點頭沈思。”這聽起來像是你發展了典型人物，”他說，“我碰巧看過這個。”

“我們也是，”珍回應著。”但是這個用戶導向設計師的方法不太一樣。他讓我們建立根據研究資料的典型人物，而不是根據我們推測而出的客戶。現在我們這流行一句話：‘假設是好事，但是實際發現更好’。

年輕人喜歡這句話。他把它抄在他的筆記本裡。

“接下來這用戶導向工程師做了什麼?” 年輕人問。

“他幫助我們建立一個實際拜訪客戶的計畫， 這幫助我們達到了三個重要的目標。”

年輕人向前仰。” 所謂的目標是指哪些?” 他感興趣的問著。

“首先，” 珍說，“我們開始了解客戶的動機， 所以我們可以創造典型人物。接著，我們了解人們使用產品的環境， 例如公司文化。第三點. 我們發展紅線區。”

年輕人迷惑的看著珍。” 紅線區?” 。” 什麼是紅線區?”

“你一定有看過道路上畫上去的黃線吧?” 珍問。

” 當然， “ 年輕人說。” 它代表著你不能把車停在這些道路。”

“嗯，在某些城市他們會在特定的道路上畫上紅線以確保行車順暢。” 珍接著說。” 在這些沒有任何障礙的道路，駕駛人不得停車在紅線區上，即使只是短短一分鐘， 例如：違規隨便路邊停車或是買個報紙等，都會被警察開單。於是在

畫上紅線的道路上開車將會完全的順暢以及快速”。

“那這些紅線區要怎樣應用在你的軟體?” 年輕人依然有點困惑的問。

“軟體也有紅線區。” 珍解釋著。” 就是在某些關鍵的任務上， 人們會希望它們的執行盡可能地又快又順暢。”

年輕人稍微想了一下， 說:” 所以， 紅線區代表關鍵用戶的旅程跟產品?”

“你講的沒錯。舉例來說， 開發票給客戶是一個軟體紅線區的例子。” 珍說著。

“但是一定有一堆在你的軟體裡必須要做到的事情， 那這些全部是紅線區?”

“不，” 珍更正，” 有些任務比任何任務都重要。這才是紅線區可以幫忙我們的地方。藉著專注在紅線區， 我們可以讓比較不重要的功能不要占了介面的位置， 使得介面看起來複雜凌亂。但這些功能還是存在， 只是當你要使用它時， 你可能要透過對話方塊或是在介面其他位置去取用它。”

年輕人停頓了一下， 說:” 我可以看到專注在紅線區會讓某些任務變得更簡單。

但是因為你已經把某些功能拋棄在對話框裡， 難道這不會讓其他任務變得更難去執行嗎?”

“是的， 它會，” 珍回答。” 但好的設計在於做決定以及取捨。你不可能讓每

件事情都變得很簡單。你需要去按重要程度排先後順序。這也是為什麼我們必須要研究我們的顧客來確定我們專注的是正確的目標。”

年輕人看著他的筆記。他說：“所以你到客戶端實際訪談是要幫助你了解你設計的對象，用戶如何使用這軟體以及使用軟體的環境等。”

“你學得真快，”珍說著。”這是用戶導向設計師的三個秘密中的第一個。”這裡，看一下這一張海報。”珍指著牆上的那個年輕人。”

他一直到現在才注意到這張海報。這張海報以馬賽克的方格呈現人臉：有大概百來張的人臉在這個海報上。在海報底部的粗體字體，他念著：



第一個用戶導向設計的秘密:

及早並持續的專注在用戶以及他們的工作上。

“謝謝，” 年輕人說。“讓我先快速記下，我想要記住這點。”

珍看著這年輕人在他筆記本上記著。她看他一下停頓，一下皺眉。

終於年輕人彎身向前的問，“這樣不是很花時間嗎？”

“當然花時間。” 珍回答著。

“所以這代表你的計畫必須多花幾天時間？”

“當然不是，” 珍回答。

“我不明白，” 年輕人露出狐疑的表情。

“我們發展我們的軟體使用了‘敏捷設計’ (Agile)，” 珍解釋著。“這幫助我們快速開發更新改善版本的軟體” 但這個流程必須在我們知道怎麼改善的前提，藉由專注在用戶跟他們的工作上，團隊上的每個人會清楚知道他們該專注心力在哪個地方。”

“所以它實際上是節省了你的時間!” 年輕人大聲的說出。

“的確，” 珍同意著說。

年輕人還有其他的問題。” 如果及早並持續的關注用戶與他們的工作是第一個秘密， 那其他兩個秘密是什麼?”

珍看了一下她的手表。” 我想這大概是你拜訪名單裡的下一個人的時機了。” 她說。

第二個關於用戶導向設計師的秘密

離開了珍·桑普森的辦公室以後，年輕人在一間咖啡廳享用午餐。雖然陽光越來越亮了，但層層的濃霧卻仍然沒有散開，在這麼冷的天氣裡，能夠坐在暖氣旁的他感到一絲愉悅。喝完咖啡後，他深思他聽到的那些。“這聽起來很合理，”他這樣想著。”畢竟，如果你不知道你設計的對象是誰，不知道他們要怎麼使用你設計的產品，那你要怎樣變得成為有效率的設計師?”

年輕人對於另外兩個秘密感到好奇，他還是得去學，他相當興奮，然後他很快的離開咖啡廳前往下一個目的地:與彼得·利維的會面。

年輕人抵達得比約定的時間早一點，經過短暫的等待，他在接待區見到一個體格厚實，深色頭髮與留著短鬍子的男人興高采烈的跑過來。”我是彼得”，那個男人說。”所以你一定已經見過那個特別的設計師了，他很有特色吧，不是嗎?”

他已經很習慣大家把用戶導向設計師叫成‘相當有個性的人’

“我認為他是這樣沒錯” 年輕人回應著。

“而且他讓你出來跟像我一樣的其他人聊，去探索關於用戶導向設計” 彼得微笑著說。

“這聽起來就很像他——一個非常用戶導向的方式。”他帶著年輕人進入一間會議室。

“是的”，我已經知道關於專注在用戶跟他們的工作任務上，” 年輕人附和地回應，並把他外套拿下，”那接下來你會怎麼做?”

“你需要確認這個你的產品工作的方式跟人們的期待一致。”

“這一定很容易，” 年輕人興沖沖的說著。”難道這不就是只是問人們他們心裡怎麼想就可以嗎?”

彼得沒有回應他，而是從他的口袋掏出一支手機。他把手機拿給年輕人。”你認為這是怎樣的一個手持裝置?”

年輕人拿在自己手上轉了一下。”嗯，這對我來說看起來不錯，” 他說。”但這是用戶導向設計師幫你設計的嗎?它看起來蠻好的體積又小，而且我喜歡它的圓弧邊。”

“那你現在試著輸入你的電話號碼上，”彼得說。

年輕人開始輸入而且很快的就有了一個失誤。” 這個按鍵都靠太近了，” 他說。” 我一直都同時按到兩個鍵。”

“這就是重點，” 彼得說。” 你需要對客戶的一開始的一些意見很謹慎。” 如果你想要發現你產品上的問題，你就要找人來使用它。我們有幾千個手機被客戶退貨，原因是’無形的錯誤。’

“什麼是‘無形的錯誤’？” 年輕人問。

彼得嘆了口氣。” 這是當客戶回說手機壞了，但是事實上它卻沒有壞。實際上是因為客戶有使用上有問題。而他並不只是按鍵這些問題，連軟體都有問題。”

年輕人把手機放回桌上。” 這個手持裝置一定花了你很多錢。”

“的確，” 彼得說著。這也是為什麼我們找來用戶導向設計師幫忙解決。年輕人拿出他的筆記本並且問：“那他做了什麼？”

“他做了使用性測試(Usability Test) 。他請我們的顧客使用這手機然後當他們使用時，我們觀察他們。” 彼得說。

“然後他的客戶告訴你怎麼改變嗎?” 年輕人問。

“產品，以我們的為例好了，人們並不總是知道什麼是可以做的，所以他們並不知道要拿它來做什麼。我喜歡引用一個來自於亨利福特的諺語:’如果我問我的客戶他們想要什麼，他們一定會要求更高的馬力’。”

年輕人微笑的把引用的話記在筆記本上。”那你要如何從你的產品裡面，好的部分或是壞的部分裡面得到回饋的訊息?” 他問著。

“我們請人們使用我們的設計來進行特殊的任務。你有聽過紅線區嗎?” 彼得問著。

“是的我聽過紅線區。它們就是一些人們想要在產品上完成的重要任務”

“沒錯，”彼得說著。我們要求人們使用我們的產品去執行這些任務。人們在他們使用的過程把想法大聲的說出來(Think aloud)，所以我們會知道他們正困擾在哪部分的介面。”

“所以你得到了對你的產品使用性的評論。”

“是的，”彼得回應著。”但是這不是全部。在我們的測試當中，我們也量測了產品的使用性”

年輕人停下筆記一會兒，然後抬起頭看著彼得。”你量測了產品的使用性?”他
用著驚訝的語氣問著。”你要怎麼去做這件事情?”

“從三方面著手，”彼得解釋著。”首先，我們量測有效性:多少人可以正確的
完成紅線區的任務。”

年輕人想了一下然後說，”因為如果設計的產品容易被使用，應該有更多人完成
這個目標。”

“你說的沒錯，”彼得同意地說著。”然後，我們量測效率性:客戶完成這些任
務的時間。”

“因為如果這設計很容易使用，人們應該會比較快達成目標，”年輕人指出。
“正確。”所以最後，我們量測了滿意度:他們對這設計的感覺。

“因為如果人們不喜歡它，量測有效性跟效率性就失去意義了。年輕人回應。”

“你學的很快，”彼得說。”現在你知道第二個關於用戶導向設計師的秘密
了。”當他說的時候，他指向一張牆上的海報。這張海報上呈現一個女人看著電
腦螢幕。她正在看著一個關於使用性測試的影片跟做筆記。在下方有一行粗體黑
字，年輕人讀著:



第二個關於用戶導向設計的秘密:

經驗性量測用戶的行為

“讓我把它寫下來，” 年輕人說著。

他抄完筆記之後，年輕人停頓著。看起來有一些事情困擾著他。

“怎麼了？” 彼得問。

“在你測試完之後，你清楚的找到了產品的問題？年輕人問。”

“一直都是這樣，” 彼得說。

“然後你解決了問題，你需要重新測試一次系統？” 年輕人又問。

“是得，沒錯，” 彼得說。

“但這不是需要花很多時間？”

我想你差不多可以去找出第三個關於用戶導向設計師的秘密了，” 彼得說。

第三個關於用戶導向設計師的秘密

回到街上，年輕人注意到霧已經散了，他拉上外套上的領子來抵擋寒風，並且想著他剛剛學到的事情。”使用性測試的確聽起來很合理。”畢竟，如果你不觀察人們使用你的設計，你怎樣成為一個有效率的工程師?”

它的第三個會面是跟網路設計公司的蘇菲·布朗。一個大概三十幾歲、穿的很時髦的女人來到接待區。”我是蘇菲”，她面帶微笑著說。”所以那個特別的設計師教你過來的，他真是——“

“——有個性的一個人!”年輕人打斷他接著說，然後他們都笑了起來。

蘇菲帶著這個年輕人來到會議室，並且示意他坐下。

然後年輕人說:”我剛剛聽到了關於使用性測試。”這聽起來相當的合理，但是我擔心這會花很多的時間。”

“為何麼你會這樣想?”蘇菲問著，她坐回她的椅子上。

因為當你解決了一個問題，你需要重新測試一次系統，” 年輕人回答。

“你說的沒錯，” 蘇菲附和著。” 這也是我們將網站寫程式的時間盡量往後拉長的原因。”

“但如果不寫程式那你要怎麼做網站的測試? 年輕人問。
”

“用戶導向設計師介紹我們一種技巧，叫做紙上模型，它可以讓我們很快的測試新的網站。”

“你如何測試紙上模型?” 年輕人問著。

我們使用紙上的介面，並要求用戶去完成任務。用戶按了’ 按鍵’ “—蘇菲在講到’ 按鍵’ 時用食指做了個引號的手勢—” 然後選擇了” 選項”，就像這是一個真的系統一樣。

“所以你在紙上模型進行使用性測試!” 年輕人驚叫著。

“沒錯。” 蘇菲回應。” 我們重複測試一次又一次。” 這個用戶導向工程師教我們一個好的設計的秘密就是把不同的設計描繪下來並且測試它們。然後你把當中最棒的拿來做新的一組設計。”

“就像是物競天擇一樣，” 年輕人說。

“你領悟力不錯，” 蘇菲說。” 事實上，你可能會對我們這裡的一則名言感興趣：‘你不能讓設計正確除非你得到正確的設計’ 這提醒了我在設計的第一個步驟，通常是產生很多不同的點子。然後你用使用性測試，從中對每部分的設計挑選比較好的元素。這也是所謂的得到正確的設計下一個步驟就是去修飾設計：讓設計正確。”

“這聽起來真是太棒了!” 年輕人一面寫下一面讚嘆著。” 你創造所有的模型在紙上嗎?”

蘇菲說,” 紙上模型幫助我們確認我們拿到了正確的資訊結構” 一所以人們可以搜尋網站跟了解術語。然後我們轉移到可以看起來更真實，但還是模擬的電子模型。這幫助我們得到正確的網站視覺設計。

“然後你用電子模型來 ’ 讓設計正確，’ ” 年輕人說。

“沒錯，” 蘇菲說著。” 你剛發現了第三個用戶導向設計師的秘密了。”

年輕人微笑著搜尋牆上的海報。” 你應該不會把這些寫在任何地方吧，有嗎?” 他問。

“正如你問的，”蘇菲回答，“是的我有”她站起來邀請年輕人跟她走。海報就在會議室外面走廊的牆上。海報上呈現一些圍成一圈的箭頭們。在海報的上方寫著：



第三個用戶導向設計的秘密:

重覆性設計。

“讓我把這些寫下來，” 年輕人一面說著一面翻開他的筆記本。

當年輕人翻閱他自己抄的筆記時，他突然想到一個問題。” 我可以問你一個問題嗎？” 他問。

“問吧，” 蘇菲說。

“當我看這三個關於用戶導向設計的秘密時，它們看起來很直覺。”

“嗯，我同意，” 蘇菲說。

“那為什麼這麼少公司照著這些方法去設計？” 年輕人問。

蘇菲微笑著。” 我會讓你問那個用戶導向設計師這個問題，” 她說。

用戶導向設計師的解說

年輕人離開了蘇菲·布朗的辦公室，午後的陽光被辦公室大樓擋在後面，光線因而拉出了的長長的背影，天空上展現出美好的黃昏

年輕人走回用戶導向設計師的辦公室。”重覆性設計聽起來是很簡單又有力的方法，”他思索著。”畢竟，如果你只能想到一兩個設計，你如何成為有效率的工程師”

他很期待再次見到用戶導向設計師。那三個祕密對他來說很直覺，他覺得很奇怪為何只有少數公司應用。他希望用戶導向工程師可以跟他說明。

當年輕人抵達設計師的辦公室，他發現他正在跟一個同事對話。

設計師看到年輕人後結束了他的對話。他走向年輕人握著他的手。”你的旅程裡發現了甚麼?”設計師問著。

“發現很多事情!”年輕人興沖沖的說著，並且拿下了他的外套。

“告訴我你學到甚麼，”在他們一起走向會議室時，設計師說著。

“我發現第一個用戶導向設計師的祕密就是提早以及持續的專注在用戶跟他們的任務上，”年輕人說。“你必須拜訪你的用戶，觀察他們在工作的情形並且進行訪談。然後你用這些蒐集到的資料去建立典型人物以及建立紅線區，然後跟你的設計團隊分享。”

“我很驚訝只是這麼的簡單，”年輕人說著。”但更驚訝的是為何沒有很多公司這樣做。”

“很多公司認為他們是客戶導向，”設計師解釋著，”但是當他們問客戶時，很少有用戶同意。第一個關於用戶導向設計的祕密有四個重點：你必須專注在用戶；你必須了解用戶的任務；你必須及早開始；你必須持續的做研究。很少有公司投資心力在上面所講的每一個點。”

“你的意思是說他們只是虛應故事？”年輕人問。

“我不認為他們這麼想，”設計師說。”他們可能只是認為他們設計團隊裡面有人曾經跟他們的客戶共事，所以他們了解他們的用戶”，那只是個開始，但不是研究。那些資料會因為你只認識其中的一兩個人而有所偏頗。”

年輕人說，”所以公司不對用戶做研究只是因為在組織裡面有人假設他們知道怎

麼做對客戶最好?”

“那是我的經驗，”設計師同意著說。”然後即使他們開始做研究，通常不是那種更好的設計會需要的那種。研究通常在於 人口統計學因素而不是真正去了解用戶的目標跟動機。”

“而且公司不會從中了解到用戶跟他們的任務，” 年輕人說。

“說的沒錯。而且即使當公司開始進行研究，他們通常不是太晚開始或就只有在初期還是結束前才開始做研究。”

“你的意思是他們並沒有持續進行，” 年輕人說著。

“沒錯，” 設計師一面點頭一面回應。”那你還有學到什麼?”

年輕人翻了一下筆記本。”我學到關於用戶導向設計師的第二個秘密，那就是要實際去量測用戶行為。但為什麼沒有很多公司這樣做?”

“多數的公司在他們的產品有進行一些研究，而且他們通常在進行焦點團體(Focus group)時才會去問顧客，” 設計師說著。”但是這是不夠的。像軟體、網站或是手持裝置等，這些有跟用戶互動的產品通常不是請客戶說而已，重點是他們怎麼操作。所以像是焦點團體這類的活動並不會幫助你找出你產品的問題。”

這也是為什麼需要執行使用性測試。”年輕人說著。

“而且這也是為什麼你需要量測使用性，”設計師補充。”藉著量測你產品的使用性，你可以透過比較來了解產品是否有改善或是比前版失敗。你可以設定使用性關鍵效能的指標來觀察產品的進步狀況。”

“所以問題是在進行使用性測試的公司很少，甚至是更少有公司去量測使用性指標了。”年輕人說著。

“你說的沒錯，”設計師說。”那你還發現了什麼?”

年輕人翻了一下筆記本。”我學到第三個關於用戶導向設計師的秘密，就是要重覆性的測試。這當中包含建立一些紙上模型跟電子模型，利用他們來測試並且在回饋的意見上去改善設計。”

“所以在實際寫程式代碼之前，有一個重要的設計階段。”設計師補充著。”這聽起來如何?”

“聽起來是很直覺，但是大部分的設計團隊通常不是都已經建立了兩三個版本的設計介面?”

"這倒是真的，一般設計團隊會為系統想出好幾種設計。但是結果哪一個會被繼續發展這會被HIPPO決定。"

"HIPPO是什麼?" 年輕人詢問著。

設計師笑著。"The Highest Paid Person's Opinion,就是專家檢驗。" 設計師說。

年輕人笑了出來。"所以設計不用找用戶測試了嗎?"

"但如果每次重覆性測試都要找用戶，那公司就很難在時間內完成了。"年輕人說。

"你不需要在每一次的重覆性測試都得到使用者的回饋意見。它只是一種風險管理:如果你有重要的設計決策要進行且涉及到用戶，有另外一種技巧可以幫你做使用性測試。就像是專家檢驗。但這不能取代使用性測試的地位。"

"專家檢驗跟使用性測試有甚麼差別?" 年輕人問著。

設計師跟著解釋: "專家檢測是由使用性測試專家用一些公認的設計原理來檢驗設計。但是檢驗者並沒有邀請用戶來評估系統。相反地，他們嘗試以使用者的想法來執行。"

"聽起來是一個相當有價值的方法，但卻不可以拿來替代使用者測試，" 年輕人說著。

設計師看了一下年輕人，接著說: "我對你印象深刻， 年輕人。你的領悟力很好。"然後設計師停頓一下後又說: "你覺得在這裡工作怎樣?"

年輕人放下他的筆記本然後秉住呼吸。這當然是他所盼望的。

"我很樂意在這裡工作，"他迫不及待著說。

然後他在這工作了一些時間。

同時這位特別的設計師也花心思培養讓年輕人成功。因為總有一天，這是不可避免的。

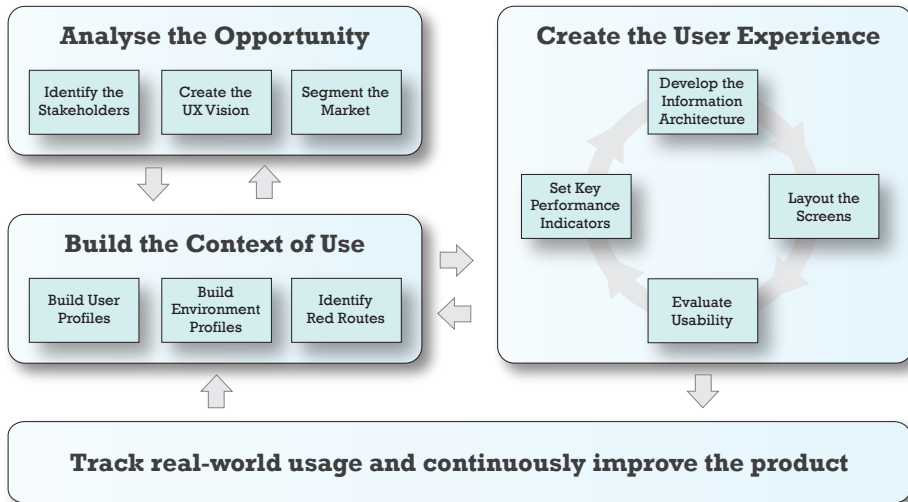
他也成為了一個用戶導向設計師。

當他開始一個新的設計計畫時，他確認設計團隊有在早期以及持續不斷地關注用戶跟用戶的工作。

他確認設計團隊有經驗性的測量用戶行為，以及進行重覆性設計。

而且他也沒有忘記要把分享知識出來的承諾。於是，他為了讓周遭的人都成為用戶導向設計師，他建立了一個圖表讓人們更容易理解，然後把它當成禮物送給他身邊一起共事的人。

User Centred Design Steps



新的用戶導向設計師

幾年後，年輕人回顧那時他第一次聽到用戶導向設計，好像是經過了很久一樣。他很開心當初有把從用戶導向設計師學到的記下來。

於是他把筆記整理成書，然後印給很多人。

突然間他的電話響了。”冒昧打電話給你，”他聽到一個女人羞怯的講著，”但我想要跟你請教如何當一個更好的設計師。”

他很快地發現他對話的是一個聰明的年輕人。”我很高興跟你分享我的設計方法，”這新的用戶導向設計師一面說一面請客人坐下。”我唯一只有一個要求。”

“什麼要求?客人問著。

“很簡單，”這設計師又說了，



把它再分享出去。

致謝

I owe an obvious debt of gratitude to Blanchard & Johnson for writing *The One Minute Manager*. Thanks also to Mike Atyeo, David Hamill, Gret Higgins, Philip Hodgson, Miles Hunter, Fiona Joseph, Jan Jursa, Dominick Reed and Vitaly Friedman for usability testing earlier drafts.

傳閱或訂購資訊

如果需要更多本”一則尋找用戶導向設計師的寓言故事”來分享給設計團隊內的同事, 你可以在以下網址免費下載或是訂購專業印刷版：

www.userfocus.uk/fable

關於作者

大衛·崔弗斯(David Travis)，是Userfocus的執行總裁(www.userfocus.co.uk)，而Userfocus則是使用性訓練與諮詢方面的專業顧問公司。大衛具有心理學博士，也是英國的心理學協會、實驗心理學協會與使用性專業協會等的會員。另外，他也是英國特許的心理學家，在心理學以及用戶介面有超過二十年的經驗。大衛的著作包含超過三十篇的科學論文，其中包含書，主持的研討會，教學以及國際論壇。他最近著作的一本書是在2003年發表的E-commerce Usability。

大衛花在於使用性實驗室有超過四百多個小時，主要在輔助非技術背景的人員進行硬體與軟體系統的設計以及評估。你也可以透過Twitter上面(@userfocus)找到最新的更新訊息。

關於翻譯

許晴晏(Wen C.Y. Nivala)為英倍得科技軟體顧問(www.embeddeddevelopment.co.uk)，目前在英國帝門大學(De Monfort University,UK)從事用戶導向設計博士研究.你可透過電子郵件與她連絡:[wen@ embeddeddevelopment.co.uk](mailto:wen@embeddeddevelopment.co.uk)