

交互设计思维在服务体验中的应用

安娃

(广州美术学院, 广州 510006)

摘要: **目的** 探究交互设计思维方法如何帮助创造更好的产品、服务与体验。**方法** 从行为逻辑的角度,介绍构成服务体验的交互设计五要素的具体内容,描述如何构建更符合用户需求的服务流程,通过案例说明好的产品及服务体验是如何被设计出来的。**结论** 创新的服务体验通过改变行为流程及场景中某些交互元素来实现,设计的最终目的是为了帮助人们更顺利、愉悦地完成特定的任务,形成良好的体验。

关键词: 交互; 服务; 体验; 行为

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)02-0005-04

Interaction Design Thinking in Service and Experience Design

AN Wa

(Guangzhou Academy of Fine Arts, Guangzhou 510006, China)

ABSTRACT: Exploring how to use interactive design thinking to create better products, services and experiences. From the point of view of behavioral logic, describing how to build more satisfactory user experience through five elements of interaction design, and will give some cases to analysis it. In many cases, the object of design is no longer a single product, but the feeling and action in the task flow when they using the product. The goal of design is to help people be more enjoyable and successful to complete a specific task, and give them more meaningful experience.

KEY WORDS: interaction; service; experience; behavior

随着社会的发展,人们的精神生活要求逐渐提高,用户在购买产品时,更加注重使用产品或享受服务时带来的美好体验。体验的好坏在顾客作购买决策和对品牌产生忠诚度方面具有重要作用。由产品→商品→服务→体验的转变,似乎是一个完美的演进过程。交互设计是一门从关注人的心理、行为出发,着重设计人与人、人与物、人与环境之间的互动关系及情感需求的学科,好的服务体验设计需要运用交互设计思维来帮助实现。

1 交互设计思维

20世纪60年代开始,交互设计这一概念从“人机

交互”扩展到了越来越广泛的、与生活更加密切的各个领域。Grudin J在西雅图举办的ACM CHI' 90的年会上说过:交互设计的历史是计算机发展的延伸,交互关注的重点从单纯的集中在“物理机器”上到越来越多的集中在与用户相关的社会元素上^[1]。美国著名的交互设计专家Alan Cooper将交互设计定义为:交互设计是人工制品、环境和系统的行为,以及传达这种行为的外观元素的设计和定义^[2]。现在普遍认为的交互设计是来自Richard Buchanan的定义:通过产品(实体的、虚拟的服务,甚至是系统)的媒介来设计人与人、人与物、人与环境的相互关系,以支持、满足、创造人们之间的各种互动行为。20世纪美国著名的修辞学家Kenneth Burke在《动机语法学》中曾给出修辞的

收稿日期: 2014-09-09

作者简介: 安娃(1984—),女,湖南长沙人,硕士,广州美术学院讲师,主要从事交互设计、用户体验和服务设计的相关教学与研究。

定义:一些人对另一些人运用语言来形成某种态度或引起某种行动^[5]。辛向阳受到这本书的启发,发现交互与“戏剧”的相似性,其在2011年《设计》杂志中曾提出交互设计的“五要素”为:“人、动作、工具或媒介、动机和场景^[6]”。这刚好与社会学中认为的行为属性相一致。信息时代,产品和用户体验日趋复杂,功能增多,传统的物理逻辑层面的设计理念已经无法满足现实生活中人们对体验的更高要求。早在很多年前,我国著名工业设计教育家柳冠中曾提出了“设计的对象表面是物,而本质是事”这一“设计事理学”理论^[5],如果说,以前更多的是通过改变材料、色彩、结构或功能而设计一个新的产品,那么一个新的交互设计概念需要从“重新定义参与者、定位行为动机、规划行为流程、谋求新的手段、营造新的环境等角度入手”^[6]。这里将举例阐述如何从这5个交互设计创新思维角度,进行服务体验的创新设计。

2 服务与体验

当人类步入服务经济社会后,“服务”已处于经济活动的中心,良好的服务也成为提高大众生活质量的不可或缺的因素。与有形的产品不同的是,服务是服务提供者与服务接受者共同进行的一种有形和无形相结合的活动过程。世界工业设计协会联合会(ICSID)早在2005年为“设计”给出的新定义中将“服务”包括在内,服务如同产品一样,需要被设计。

《体验经济》1999年精装版的副标题“产品和服务已经远远不够”则提出了服务经济后的另一重要经济形式是“体验经济”。当中提到:“体验经济被其称为,继农业经济、工业经济和服务经济阶段之后的第4个人类的经济生活发展阶段,或称为服务经济的延伸^[7]”。如果说商品对消费者来说是外在的,那么体验更多的是内在的,是一个人集合感官、经验、认知后所得,很难量化。体验是消费者参与(人)、需要满足某种需求(目的)、通过实体或虚体的产品的帮助(媒介)、在某些特定的环境(场景)、形成的一系列消费行为活动(动作),这刚好由交互设计的5个要素组成一个完整的体验要素。体验的生成是高度动态的、情境依赖性的和主观个人化的,它具有不同的层级,这不仅仅体现在用户使用产品的过程中,还在用户与产品关联的整个生命周期都有所反映^[8]。很大程度上,今天的消费者是在“购买体验”^[9]。“消费者对随产品和服务带来的体验越来越感兴趣,并愿意为之买单”。例如,喝一杯咖啡,除

了对咖啡本身的质量要求高以外,还注重咖啡器皿的设计及喝咖啡的环境。

3 构筑新的服务体验

为创造良好的服务与体验,可以从关注人的行为本质和社会关系的交互设计思维中获取一些方法。前文提到过“一个新的交互设计概念可以从重新定义参与者、定位行为动机、规划行为流程、谋求新的手段、营造新的环境的角度入手”。以苹果为例:苹果推出 iPod,用户可以将 CD 中的音乐和在网络上下载的音乐都拷贝到 iPod 中,重新设计了用户获取音乐的行为与途径;iTunes 的出现,把听众和音乐版权商联系起来,重新定义了参与者之间的关系。2008年,苹果为 iPhone 推出应用商店 APP Store,允许用户浏览、购买、下载多样的应用程序安装到自己的 iPhone。这一做法改变了人使用手机的动机,使得手机从通讯工具转变为交流沟通的工具,具有强社交性和商业性;改变了参与者的关系,一大批应用开发者蜂拥而至,为 APP Store 开发各类不同的应用程序赚取利益,用户也可以通过购买关于衣、食、住、行等一切生活相关的应用程序,来给生活带来便利和乐趣。

3.1 重新定义参与者的关系

创新的设计不单是设计一个美观的造型就可以实现的,有时候可以通过改变参与使用产品的用户之间的关系,来获得创新概念。最直接的案例就是手机:智能手机的出现,重新定义了手机和人的关系,手机不再是简单的通讯工具,而成为人们社交和生活的辅助工具,同时也成为商家与客户沟通的桥梁。越来越多的品牌通过各种社交和商业应用,搭建 O2O 的线上线下平台,更直接地面向客户进行产品的展示和销售。笔者在香港理工大学读研究生期间完成的一件作品见图 1,这是一组可以被放置于两个地方但可以同时互动的翘翘板。设计的最初想法是通过改变人物角色之间的关系,通过互联网和实体产品结合的方式,实现人类跨越地域与文化的界限进行交互。



图1 互动跷跷板

Fig.1 Interactive seesaw

3.2 行为动机的挖掘

对人的行为认知、使用动机、行为目的进行深刻分析后,也能够帮助找到创新产品或服务的机遇点。例如,2014年最火爆的一款拼脸应用程序——脸萌,通过五官元素的各种搭配,用户可以快速创造出自己的个性化漫画形象,并分享到社交平台。从2013年上线至2014年6月,脸萌凭借个性化萌画风和朋友圈刷屏之势,登上了中国 APP Store 娱乐类免费排行榜的第一名。国外也有多款拼脸得到了超人气的下载量。拼脸类应用程序的崛起充分说明了对用户使用动机的挖掘,体现出社交媒体成为人们生活的一部分,用户对于情绪表达以及个性化形象的展现越来越感兴趣,漫画头像表现形式则恰好满足了这一刚需。

3.3 设计新的行为动作或流程

3.3.1 设计动作与反馈

“交互”在《现代汉语大辞典》的解释为“互相”。交互性可以被理解成一种双向互动的性质。生活中不乏很多这样双向交互的场景:教学中,老师跟学生的交流互动;家庭环境中,父母跟孩子通过言语和行为进行互动。这里不难发现,要形成双向互动,必须有行为的“发出者”和行为的“接收者”。除了有这两者还不够,还需要定义发出者的具体动作和接收者的反馈动作。人跟人的互动是这样,人跟物的互动也是同样原理。人可以通过说话、触摸、按压等动作操作物体,物可以通过声音、色彩等给人以反馈。技术的发展,使得完成任务的动作变得更加有趣。如多点触控、体感传感器 Kinect 等,允许人通过触摸和声音来控制机器,彻底颠覆了以往只能通过按键操作的行为模式。来自台湾、隶属于明基友达集团旗下的生活设计品牌 QisDesign 推出的几款互动灯具在交互方面尤为吸引眼球。明基 Crystal 互动灯具见图 2,是一款可以随意组合成不同形态的灯具。一个个独立的多边形模块,通过正负极的拼接后,随意组成不同形态。这个过程中,input 是用户随意对接的组合模块,output 则是灯的颜色及形态的改变。明基餐厅互动灯具见图 3,这款灯具通过红外线感应人手划过的动作,切换成不同的灯光效果,营造不同氛围。而实现这些变化的方法都是通过人手“划过”这样简单的动作来实现的。

3.3.2 行为流程的创新设计

现在,已经从对“具体产品的操作行为”进行设计,转变为关注对“使用该产品所提供的服务流程”进

行设计。这个跟服务设计中“接触点”的概念是一致的。通常将服务分为:服务前、服务中、服务后 3 个阶段。对“行为流程的设计”就是要关注每一个接触点,因为这些接触点有可能是发现、识别和改善服务的关键切入点。例如,2011年,乐购旗下的韩国连锁超市 Home_Plus 的虚拟超市,见图 4(图片摘自和讯新闻网),改变了传统实体超市的购物模式,通过张贴一张张虚拟的平面购物海报在地铁站,顾客可以通过手机扫描产品的二维码并支付费用后,购买的产品会被直接送到顾客指定的地点。这一创新,使得该超市的客户量迅速增加,这也是典型的通过改变购物行为流程的创新设计思维的结果。



图2 明基Crystal互动灯具
Fig.2 BenQ' Crystal
interactive light



图3 明基餐厅互动灯具
Fig.3 BenQ' s cantin intera-
ctive light

3.4 重新定义工具或媒介

创新的产品或体验也可以来自于改变用户对于已有产品的固有认识与感知。已有产品通过重新功能定位,产生与人新的交互方式后,带给人不一样的体验。汽车,作为传统的交通工具也在悄然地发生变化。智能化、人性化的交互设计让用户的车内体验更加方便、有效^[10]。智能汽车增加了先进的传感器、控制器、执行器等装置,通过车载传感系统和信息终端实现与人、车、路等的信息交换,使汽车具备感知环境和自动分析行驶安全及危险状态的能力,最终汽车可能实现替代人来驾驶。由刘毅、安娃、刘再行设计的概念车 E-Jet 的交互界面设计,见图 5。该概念车内饰操控设计采用全触摸屏交互方式,驾驶人的手机可以与汽车的中控台进行数据同步;中控台可以用手指进



图4 韩国连锁超市 Home_Plus
的虚拟超市
Fig.4 Korean supermarket' s
Home_Plus virtual supermarket



图5 概念车 E-Jet 的交互
界面设计
Fig.5 Concept car E-Jet
interactive interface design

行单点或多点的操控,同时配备语音输入功能;智能的仪表盘可以显示车辆的油耗、车速等。该设计在2012年广东省“省长杯”比赛中获得一等奖。

3.5 营造新的环境

信息技术的发展,为创建更好的消费体验环境带来了更多可能。通过环境的营造,让消费者产生美好的感受与记忆有利于培育忠诚顾客。Sublimotion的餐厅见图6(图片摘自新华网),号称全球最昂贵的餐厅,其艺术投影、变幻灯光的用餐环境能给予客人极致的感官享受。随着音乐的响起,房间内的温度、湿度甚至是气味都会因每道菜的不同而改变。虽然每人约1.3万元人民币的消费,但仍然阻挡不了顾客的热情。在不改变行为目的的情况下(如吃饭、逛公园等),通过营造全新的环境氛围、人与环境新的交互方式,可以满足人在享受服务时更多的精神层面的体验需求。



图6 Sublimotion的餐厅

Fig.6 Sublimotion restaurant

4 结语

任何一个体验的形成,都是由一个个小的“事件”组成的。事件里有人物、环境、工具,有起因、经过、结果。事件是分析体验生成的富有意义的微观单元,它可以描述为一个面向特定任务的具体的交互过程^[11]。若干个小的事件,通过时间顺序排列后,最终会汇聚成一个对于用户来说特定的体验集合。在辛向阳关于交互设计五要素总结的基础上,提出创新的产品或服务体验,可以从重新定义事件中的人物角色及关系、人物的行为动机、完成故事的行为流程、使用的不同工具以及营造新的环境这几个角度展开。今天的产品在越来越多的情况下所扮演的角色是传递服务和体验的媒介,因此除了针对单一产品的设计外,还需要注重对用户产品或服务整体体验的设计。交互设计的思维方式整合了对人的认知,对设计系统的把握,能很好地帮助到设计师创造更好的服务体验。

参考文献:

- [1] GRUDIN J. The Computer Research Out: the Historical Continuity of Interface Design[C]. New York: Human Factors in Computing Systems CHI' 90, 1990.
- [2] COOPER A. About Face 3: 交互设计精髓[M]. 北京: 电子工业出版社, 2008.
COOPER A. About Face 3: the Essentials of Interaction Design [M]. Beijing: Publishing House of Electronics Industry, 2008.
- [3] 肯尼斯·伯克. 戏剧的五个重要元素[M]. 北京: 机械工业出版社, 1967.
KENNETH B. The Five Key Terms of Dramatism[M]. Beijing: Machinery Industry Press, 1967.
- [4] 辛向阳. 混沌中浮现的交互设计[J]. 设计, 2011(2).
XIN Xiang-yang. Chaos in the Emerging Interaction Design[J]. Design, 2011(2).
- [5] 柳冠中. 事理学刚论[M]. 长沙: 中南大学出版社, 2006.
LIU Guan-zhong. Cybernetics Theory[M]. Changsha: Central South University Press, 2006.
- [6] 辛向阳. 交互设计的哲学思考[J]. 设计, 2014(5).
XIN Xiang-yang. Philosophical Thinking in Interaction Design [J]. Design, 2014(5).
- [7] 派恩·B·约瑟夫, 吉尔摩·詹姆斯·H. 体验经济[M]. 北京: 机械工业出版社, 2002.
PINE B J, GILMORE J H. The Experience Economy[M]. Beijing: Machinery Industry Press, 2002.
- [8] 刘月林, 李虹. 基于概念隐喻理论的交互界面设计[J]. 包装工程, 2012, 33(22): 17—19.
LIU Yue-lin, LI Hong. Interactive Interface Design Based on Conceptual Metaphor Theory[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(22): 17—19.
- [9] 瓦格, 卡格, 伯特瑞特. 创新设计: 如何打造赢得用户的产品、服务与商业模式[M]. 北京: 电子工业出版社, 2014.
VOGEL C M, CAGAN J, BOAT P. The Design of Things to Come, How Ordinary People Create Extraordinary Products [M]. Beijing: Publishing House of Electronics Industry, 2014.
- [10] 谭浩, 张文泉, 赵江洪, 等. 汽车交互界面视觉信息显示设计研究[J]. 装饰, 2012(9): 106—108.
TAN Hao, ZHANG Wen-quan, ZHAO Jiang-hong, et al. Study of Car Display Interface Design[J]. Zhuangshi, 2012(9): 106—108.
- [11] 孙利, 吴俭涛. 基于时间维度的整体用户体验设计研究[J]. 包装工程, 2014, 35(2): 34—35.
SUN Li, WU Jian-tao. Total User Experience Design Based on Time Dimension[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(2): 34—35.