

<<设计沟通十器>>

图书基本信息

书名：<<设计沟通十器>>

13位ISBN编号：9787111254645

10位ISBN编号：7111254643

出版时间：2008-12

出版时间：机械工业出版社

作者：Daniel M. Brown

页数：256

译者：樊旺斌

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>

<<设计沟通十器>>

前言

作为阅读的先行者，我向各位同行强力推荐本书！

就目前国内引进的“用户体验”相关书籍来看，本书是继《用户体验的要素》之后的又一“醍醐灌顶”之作，这也正是我乐意将其翻译并与各位分享的原因。

口述无痕，文档为凭。

本书讲解了网站在规划、设计过程中最重要的十种交付件。

关于本书，作者Dan Brown已经在“序”及第一章“绪论”中做了详尽的介绍，我不再赘述。

对我来说，该书有三大看点，乐与众位分享。

1. 创建、推介并有效地运用文档。

Dan Brown不仅教会了我们如何创建文档（文档的创建），如何改变“开会就是浪费时间”的现实（文档的推介），也让我们知道了如何避免汗牛充栋的文档被束之高阁、无人问津（文档的运用）。

此外，他还是位Visio高手，你可以在Boxes and Arrows杂志上阅读他的系列文章，向他学习更多的作图技巧。

2. 结构化的行文风格及思考方式。

“相互独立，完全穷尽”（MECE，mutually exclusive and collectively exhaustive）是本书的又一大亮点。MECE是著名管理咨询公司麦肯锡处理问题时惯用的思维方式，它用最高的条理化和最大的完善度理清了解决问题时的思路。

Dan Brown将企业管理咨询的这一思维套路成功地运用到了网站设计咨询中：本书在行文结构上始终都遵循着MECE，并在多处作了强调。

3. 第22条军规。

“如果你能证明自己发疯，那就说明你没疯。

”这是著名的第22条军规。

在构建网站时，我们常常会处于某种自相矛盾的尴尬中：为了使网站更加完善，在设计过程中，我们需要试用一下网站；然而，在没有设计完善之前，我们是无法试用、验证网站的。

做好阅读的准备，Dan Brown将会告诉你如何应对“鸡生蛋蛋生鸡”的悖论。

一个篱笆三个桩，不是好汉，但我也有人来帮：没有陈媛博士的鼎力相助，我就不可能如期完成该书的翻译工作。

她的专注与敬业，也许就是互联网江湖中盛传的、难得一见的“过硬人品”。

向过硬的人品致敬！

张宁博士，简直就是《恐龙特急克赛号》中的“人箭大炮”，每当我遇到“疑难杂句”时，她就会喊“时间，停止！

”，然后把翻译中的拦路虎一一帮我灭掉。

感谢克赛！

范晓燕女士，不辞劳苦地审校了所有译稿内容（甚至占用了十一的假期），她的宝贵意见，帮助我避免了一些尴尬的错误和疏漏。

在此致以衷心的感谢！

此外，涂小霞、焦玉霞、佟爽、王冬妮、董明华、柳客新和齐雅琼也为本书做了大量的翻译、校对工作，在此向各位表示感谢。

人人都会写字，但并不都能成为书法家；同样，我能翻译，并不一定是合格的译者。

<<设计沟通十器>>

内容概要

《设计沟通十器》将“十器”分为3类：一类描写站点的用户需求，一类描述用户所看到的站点是什么样子，还有一类勾勒团队的策略及方案。

书中对每一交付件都做了定义和描述，并给出了与方法论无关的操作建议。

这些建议有利于创建、推介文档，进而可以有效促进团队的协作。

第1器人物角色，能锁定用户；第2器可用性测试计划，能搜集反馈；第3器可用性报告，能提炼信息；第4器竞品分析，能知己知彼；第5器概念模型，能澄清思路；第6器内容详单，能理清细节；第7器站点地图，能完善结构；第8器流程图，能优化过程；第9器线框图，能合成原型；第10器屏幕设计图，能呈现外观。

作者简介

作者：(美国)布朗 (Daniel M.Brown) 译者：樊旺斌 Dan M . Brown，网站设计顾问，1994年开始从事信息架构和用户体验设计。

他为许多机构做过咨询，在用户体验界他非常活跃，经常演讲、写作，话题涵盖信息架构、可用性、内容管理。

他目前是任信息架构协会的顾问委员。

樊旺斌，“暂住”北京，“号称”可用性工程师。

对定期“扫站”乐此不疲，搜集“用户体验”相关电子书或其他主题的一系列资料，然后做深入系统的阅读与研究，偶尔会与三五好友显摆。

书籍目录

译者序 作者简介 译者简介 前言 第1章 绪论 1.1 十大交付件 1.2 尤如蛋糕的文档层次 1.3 一些假设 1.4 图表创建的大体过程 1.5 交付件推介的一般技巧 第一部分 用户需求文档 第2章 人物角色 2.1 初识人物角色 2.2 创建人物角色 2.3 推介人物角色 2.4 人物角色在实际中的运用 第3章 可用性测试计划 3.1 初识测试计划 3.2 创建测试计划 3.3 推介测试计划 3.4 测试计划在实际中的运用 第4章 可用性报告 4.1 初识可用性报告 4.2 创建可用性报告 4.3 推介可用性报告 4.4 可用性报告在实际中的运用 第二部分 策略文档 第5章 竞品分析 5.1 初识竞品分析 5.2 创建竞品分析文档 5.3 推介竞品分析文档 5.4 竞品分析在实际中的运用 第6章 概念模型 6.1 初识概念模型 6.2 创建概念模型 6.3 推介概念模型 6.4 概念模型在实际中的运用 第7章 内容详单 7.1 初识内容详单 7.2 创建内容详单 7.3 推介内容详单 7.4 内容详单在实际中的运用 第三部分 设计文档 第8章 站点地图 8.1 初识站点地图 8.2 创建站点地图 8.3 推介站点地图 8.4 站点地图在实际中的运用 第9章 流程图 第10章 线框图 第11章 屏幕设计图

<<设计沟通十器>>

章节摘录

插图：

<<设计沟通十器>>

编辑推荐

《设计沟通十器》内容全面，结构清晰，讲解详细。

可作为网站设计人员的参考用书。

沟通的关键是什么？

是文档！

——最常见的交付件有10种，即设计"江湖"中广为流传的"沟通十器"：在弄线框图？

在绘制流程？

在创建内容详单？

你需要这本《设计沟通十器》有此十器，设计何愁？

一书在手，沟通无忧！

网站设计成功的关键是什么？

是沟通！

——网站设计师和项目委托人之间的有效沟通，设计团队内部成员间的有效沟通！

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>