

网页设计细节，普通用户是怎样看待的？

在做网页设计与 APP 界面设计,有部分设计师很少能够真正站在用户的角度看待网站和 APP。今天的文章,海淘科技与大家来聊聊普通用户眼里的设计细节~设计师对于自己的网站以及 APP 产品的视角, 和用户往往非常的不一样。设计师看到的常常是设计趋势, 排版, 细节, 但是普通用户的关注点则完全不同。

我们应该迎合用户, 如果连对的东西都不能坚持, 产出物的最终目标就会发生偏离, 甚至完全无效。——@冯铁

用户更在意的是他们能否快速理解他们的交互对象。至于 APP 或者网站是如何运作运作的, 它们是否让人愉悦, 往往被用户所忽略。这是一个相当残酷的现实。

排版与字体



对于字体和排版,设计师通常非常着迷。漂亮的字母,柔美的轮廓,充满魅力的衬线,……。可悲的地方在于,用户根本不知道 Helvetica 和 Arial,很少能分辨出两者的区别,谈及字体,他们更在意的是,这些内容能识别,能读么?但是,用户的这种诉求并不意味着设计师在字体和排版设计上可以松懈,相反你需要更加在意它们。你需要通过设计勾起用户的兴趣,确保每个段落和标题都具备良好的可读性,而不需要用户费神去识别。你的工作是确保内容的清晰,为用户提供良好的阅读体验,从字体的选取到行间距、字间距的调整,让用户在不知不觉间享受阅读的愉悦感。虽然用户很难说清楚排版有何突出之处,但是一旦出现任何设计缺陷,他们往往能够感知到。

色彩



绝大多数的用户并不会如你期望的那样那么在意色彩。设计师可能会在拾色器当中仔细对比三种蓝色的差别，但是对于用户而言，他们根本不会在意这些差别。但是当色彩从蓝色骤变为黄色的时候，用户会注意到。所以，跟用户谈及色彩的时候，色调的大幅转变更容易引起他们的注意。其实色彩感知本身就不是一个简单的事情。所以当你需要借助色彩传递情绪和情感的时候，只有一个模糊的、大概的方向，并且你还要照顾到色弱和色盲的用户群体，采用安全的色彩。

按钮



幽灵按钮是这几年一直都非常流行的按钮设计，但是幽灵按钮对于普通用户而言有一个致命的缺陷：用户在交互时常常会忽略它们。它和背景的对比度不够，可见性较低。虽然随着时间的变化，幽灵按钮的接受度有所提高，但是它所存在的问题依然没有本质上的改善。这些时尚的设计元素和用户的预期有差异，这样的差异可能会导致转化率的损失。而表单、按钮、链接这些涉及行为召唤的 UI 元素应该显而易见，遵循常见的用户模式，这样才更有效。用户的注意力大多时候是分散的，很少能够坚持不懈地“学习”一个非常规的设计。让你的设计对普通用户更友好一点吧。

极简主义



极简风是目前设计师最喜欢的风格之一，这个你得承认。虽然许多用户确实很欣赏极简主义的设计风格，但是同样也从中感受到了强烈的单调与荒芜感。“那么网站的内容都在哪里呢？”这是用户常常会问到的事情。尤其是在你设计的早期阶段，你常常会看到这样的反馈，这是一个不容易克服的困难。用户总会希望你在设计中加入更多的内容——图片、色彩以及更多的文本。所以，最好在开放的设计空间和线条之间寻求一个平衡点，也许最后结果不是那么极简，但是可能对于客户和用户而言，会更容易接受。

高清大图



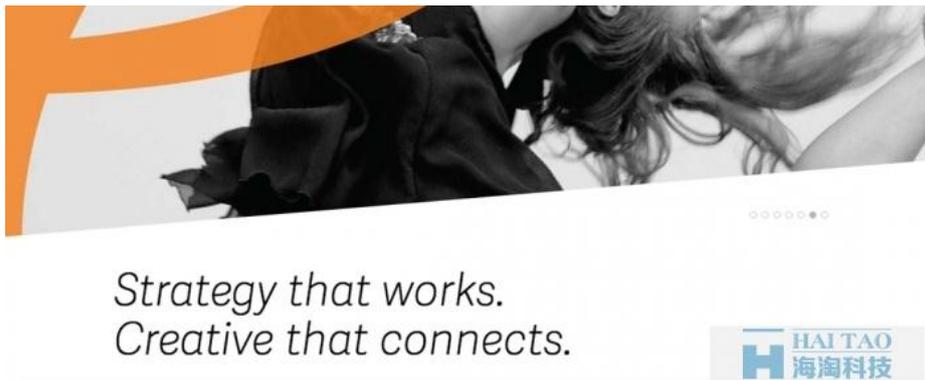
一个覆盖屏幕、有趣的高清大图，确实能够吸引用户的注意力，用户有时候并不承认这一点。但是根据用报纸、杂志等平媒多年的经验，高清大图，视频和插画确实更能引人注目，而小的元素通常难以给予用户以持久的印象。所以，当你采取这样的设计之时，应当将你的想法灌输给你的客户。你要搞清楚你的设计应该给用户展现的什么样的第一印象，帮助他们解决什么问题，他们想要什么东西，答案都在这些问题里面。

关于品牌



实际上，用户日常接触的品牌非常多，用户对于品牌的了解远超他们自己的想象。也许某个品牌重新设计了自己的VI，字体和LOGO色彩的变化之后，用户说不明白，但是会感知到。所以，建立了品牌标识之后，任何改变对于用户而言都会带来混乱和迷惑，这就是为什么要遵循既定的规则来构建品牌视觉。如果你的品牌没有品牌风格指南，那么现在是时候开放一套了。

关于可用性



你的产品是否可用，用户很少会去关注其中的原理，如果它是可用的，那么他们会继续使用；若可用性不强，则他们会放弃使用，转向其他的同类产品。因此，你应该领先于你的客户，尽量避免不可用的状况。一个好的用户测试计划能够很好的帮助你的产品。更重要的是，你的产品设计应当遵循那些最基本的设计规范，符合色彩理论，跟随用户模式，参考排版规则，甚至同类网站的访问和交互的规律。

总结

需要考虑的问题其实很多。也许你的初衷只是设计一些看起来还不错的东西，但是这不够。好的一面在于，绝大多数的用户都符合典型用户的特征，许多问题都有现成的解决方案。海淘科技关于网站建设的方案，也有许多[网站建设方案](#)。文章下载，点击：[网页设计细节，普通用户是怎样看待的？](#)