

用户思维+：好产品让用户为自己尖叫

作者：凯西·赛拉

版权信息

书名：用户思维+：好产品让用户为自己尖叫

作者：[美] Kathy Sierra

译者：石航

ISBN：978-7-115-45742-4

本书由北京图灵文化发展有限公司发行数字版。版权所有，侵权必究。

您购买的图灵电子书仅供您个人使用，未经授权，不得以任何方式复制和传播本书内容。

我们愿意相信读者具有这样的良知和觉悟，与我们共同保护知识产权。

如果购买者有侵权行为，我们可能对该用户实施包括但不限于关闭该帐号等维权措施，并可能追究法律责任。

091507240605ToBeReplacedWithUserId

[版权声明](#)

[O'Reilly Media, Inc. 介绍](#)

[业界评论](#)

[本书赞誉](#)

[让用户成为更好的自己](#)

[先成就用户](#)

[译者序](#)

[挑战](#)

[挑战►序幕](#)

[想象一下，这件事情就发生在你身上](#)

[还有一件事.....](#)

[畅销产品究竟有何不同？](#)

[运气总会起到一定作用](#)

[质量最好的产品一定能脱颖而出吗？](#)

[这也是事实](#)

[还有一个事实](#)

[我们回到了最初的问题上：怎样才能.....](#)

[就是这些特点，畅销产品都具有这些特点](#)

[口碑传播](#)

[先来做一个时髦的小测验](#)

[正确答案是秘密选项D](#)

[看来我们之前找错地方了](#)

[“这个产品棒极了”只是附加效果](#)

[练习：撰写你心目中最理想的亚马逊评论](#)

[你更喜欢哪条评论？](#)

[一幅令人发愁的维恩图](#)

[逆向分析成功用户](#)

[成功用户就是表现卓越的用户](#)

[相对于产品表现出色，基于用户表现出色的竞争门槛更低](#)

[以下这些有什么共同点？](#)

[成果](#)

[在什么方面表现卓越？](#)

[超集练习](#)

[你和竞争对手同属哪个领域？](#)

[你的更大、更具吸引力的应用场景是什么？](#)

[大多数产品和服务都有一个更大、更具吸引力、更激动人心的应用场景](#)

[更多超集的例子](#)

[应用场景可以一直向外扩展](#)

[这里有什么不对吗？](#)

[不是照相机.....是摄影](#)

[表现卓越不只是体现在成果上](#)

[高清晰度就像超能力](#)

[更高的清晰度意味着更高端的产品](#)

[表现卓越的另一个好处：表现卓越的用户总是滔滔不绝](#)

[我们想让他们高谈阔论，但如果他们已是卓越用户，可能根本无需如此](#)

[更多的卓越表现就意味着更多的生意](#)

[谨防虚假的卓越表现](#)

[客户服务出色不意味着用户表现出色](#)

[我们现在走到哪里了？](#)

[我们又一次回到最初的问题上：怎样才能.....](#)

[挑战►序幕►关于成就用户的思考](#)

[为后用户体验的用户体验而设计](#)

[最重要的是点击之后所发生的事](#)

[思维实验：后用户体验的用户体验纪录片](#)

[思维实验：晚餐聚会上的用户](#)

[思维实验：查找与替换](#)

[思维实验：你的用户与竞争对手的用户展开竞争](#)

[挑战►序幕►关于成就用户的思考►用户之旅](#)

[卓越用户的成长曲线](#)

[用户成长曲线](#)

[当前的用户成长曲线](#)

[绘制当前的用户成长曲线](#)

[关键门槛](#)

[困难区的危险性](#)

[用户为什么不升级（或换品牌）](#)

[跨越困难区并保持平稳](#)

[停滞区看起来不错，但实情并非如此](#)

[你的用户究竟卡在了哪里？](#)

[如果我们只提供入门或初学者级别的工具会怎样？](#)

[如果只生产入门级工具，考虑专注于应用场景的某一部分](#)

[不必让用户成为我们的Chuck Norris1](#)

[当你的水平开始提高时，一些事情会发生变化](#)

[专家如何做](#)

[专家如何做►表现卓越的科学](#)

[向右上方移动](#)

[表现卓越的科学 = 专业能力的科学](#)

[专业能力这门科学适用于所有领域](#)

[表现卓越的技术性定义](#)

[专家能作出更高明的选择](#)

[专家“创造力”实例](#)

[为你的应用场景定义卓越](#)

[为你的工具定义卓越](#)

[“天赋”的奥秘](#)

[天赋与专注性练习](#)

[最佳与最佳之一](#)

[重申一下，我们大多数人只是想要变得更好一些而已](#)

[是的，支持和鼓励非常关键](#)

[现在是时候来回答这个问题了](#)

[专家如何做►表现卓越的科学►构建技能](#)

[缺乏相应的专业技能，就无法具备专业能力](#)

[这种模式是否是构建专业能力的最佳方式？](#)

[处于精通状态（也称无意识状态或自动状态）的技能经常导致“中等技能困境”](#)

[这才是专家构建专业能力的过程](#)

[现在，我们终于找到了正确的问题](#)

[专家练习得更好](#)

[这与更努力的练习无关](#)

[这与更长时间的练习无关](#)

[更好地练习才是关键](#)

[“刻意练习”真是个糟糕的名字](#)

[通常情况下，刻意练习是有意识地从“不能做”到“精通”构建技能的最佳途径（有时是唯一途径）*](#)

[大多数人在大多数的专业能力成长曲线上遇到的最大的问题就是，阶段B堆积了太多东西](#)

[练习造成的影响是永久性的](#)

[刻意练习的简明规则](#)

[刻意练习的一些例子](#)

[如果你无法达到95%的精通度，请停止练习](#)

[不是所有的练习都是刻意练习](#)

[不属于刻意练习的练习活动仍然很有价值和必要](#)

[关于一万小时这件事](#)

[在极富挑战性的领域，那些已具备高水平专业能力的人，的确在刻意练习上花费了很多很多时间](#)

[错误的练习方法往往在感觉上是对的](#)

[正确的练习方法往往在感觉上是错的](#)

[专家如何做►表现卓越的科学►构建技能►感性接触](#)

[1. 专家练习得更好](#)

[2. 专家周围的环境更好](#)

[小鸡性别鉴定](#)

[如何成为小鸡性别鉴定专家](#)

[身为专家却不知道自己是如何做到的，小鸡性别鉴定并非唯一的例子](#)

[你的大脑能够学习一些你无法学习的东西](#)

[所有领域的专家都在学习和利用无意识的感性知识](#)

[远比小鸡复杂：飞行训练中的感性学习](#)

[实验结果非常惊人](#)

[他们的另外一项实验也同样惊人](#)

[究竟是什么原因使得针对航空图和仪表的感性学习训练如此有效？](#)

[例子：浏览照片](#)

[这些照片看起来都不太一样，其实并非如此](#)

[高质量的感性接触训练从不作解释。它们创建一种特殊的场景，让学习者的大脑自己“发现”模式](#)

[发现模式常常是下意识的](#)

[为你的用户创建最小可行感性接触体验](#)

[注意！不要展示质量低劣的实例](#)

[当你确实需要展示错误或不良的实例时，营造“不适感”](#)

[学习鉴别“不良”实例的最佳办法，就是学习“优秀”实例的潜藏模式](#)

[现在，我们已经获知了专家的两个主要特征](#)

[总结与回顾：专家如何做](#)

[专家与有经验有能力的非专家的区别](#)

[刻意练习举例](#)

[感性接触的好处](#)

[感性接触超越了你认为你所具备的学习能力](#)

[帮助用户前进](#)

[帮助用户前进►排除障碍](#)

[如何帮助用户不断前进？](#)

[帮助用户排除障碍要比引诱他们更有效](#)

[在愿望与现实之间存在着一条鸿沟](#)

[技能鸿沟](#)

[关系鸿沟](#)

[无数干扰因素导致的死亡](#)

[无法缩小鸿沟时，会如何？](#)

[干扰因素的共同特征是什么？](#)

[好好想想](#)

[他们无法做到以下这些事情](#)

[为什么有些人会在第二天再次出现在滑雪场？](#)

[为什么第二天他们还是会回来](#)

[只需把事实告诉他们](#)

[比劣质用户手册更糟糕的情况是什么？](#)

[针对干扰因素的解决方案：预测与补偿](#)

[在线论坛（越多越好）](#)

[吸引眼球的是什么？](#)

[找寻热门话题](#)

[只要看上一眼，你就能发现什么？](#)

[补偿](#)

[帮助用户前进►排除障碍►进步 + 回报](#)

[我们了解了阻碍用户前进的因素，但是，吸引他们前进的因素是什么？](#)

[从第一天起直至完全精通的过程中，究竟发生了什么？](#)

[成为专家的好处不能仅仅体现在最后阶段](#)

[成长路径图：动机与进步的关键](#)

[成长路径图关注做什么，而不是学什么](#)

[仅仅知晓成长路径存在，就是强烈的动机来源](#)

[为你的应用场景寻找或者创建成长路径图](#)

[对于哪条路最好或正确，专家的看法各不相同](#)

[这很正常](#)

[成长路径图激发人奋进的秘密](#)

[练习：为你的应用场景设计“段带式”成长路径](#)

[取得进步是必要的，但还不够](#)

[用户在第一个30分钟内能做什么？](#)

[降低“做有意义的事情”的门槛](#)

[但是，是否还记得这个问题？](#)

[我们也会面临这个问题](#)

[畏惧感会使用户“出师不利”](#)

[说服用户，让他们大胆些](#)

[“有意义”的真正含义](#)

[在你的应用场景中，第一项“超能力”是什么？](#)

[不要止步于第一个30分钟.....](#)

[最好的回报：内在激励体验](#)

[强大的内在动机：高清晰度与心流](#)

[高清晰度：卓越用户具有“不同的交流方式”](#)

[使用领域特定的专业术语进行交流，不仅有用，而且也是一种激励](#)

[心流：最优体验的心理学](#)

[给用户具有高回报的技巧和诀窍](#)

[我们的“成功准则”就要大功告成了](#)

[如果想让这个准则真正有效，我们还需要做什么？](#)

[维护认知资](#)

[维护认知资源►设计](#)

[小实验，大寓意](#)

[与狗狗一起做实验](#)

[确保用户把稀缺、易耗的认知资源用在正确的事情上](#)

[用户在认知资源管理上的核心任务就是减少资源泄漏](#)

[蔡加尼克效应](#)

[上千个认知微泄漏所引发的死亡](#)

[当你考虑增加新功能时.....](#)

[维护认知资源►设计►减少认知泄漏](#)

[要想减少认知泄漏，应该把认知工作委托给外部世界](#)

[不要让用户记忆](#)

[权衡大脑中的知识与外部世界的知识](#)

[功能可见性的力量：要想减少认知泄漏，设法让正确的事情成为最可能做的事情](#)

[要想减少认知泄漏，设法让正确的行为变得自然和明显](#)

[要想减少认知泄漏，不要让用户选择](#)

[有选择和必须选择差异巨大](#)

[要想减少认知泄漏，帮助用户内化技能](#)

[要想减少认知泄漏，传授实用技巧](#)

[要想减少认知泄漏，帮助用户处理琐碎但重要的事情](#)

[在刻意练习期间，MotivAider还有助于维护认知资源](#)

[要想减少认知泄漏，减少对意志力的需求](#)

[管理意志力的秘诀就是.....假设它根本不存在](#)

[如果你的意志力已被完全“切除”，你该怎么办？](#)

[要想减少用户对意志力的需求，帮助他们构建习惯](#)

[要想减少用户对意志力的需求，帮助他们体验内在激励](#)

[当这个更大的应用场景与你自身紧密相关时，从事与之相关的枯燥乏味的工作只需花费很少的意志力](#)

[要减少用户对意志力的需求，帮助他们的大脑集中注意力](#)

[穿越大脑的垃圾过滤器](#)

[维护认知资源►设计►减少认知泄漏►穿越大脑的垃圾过滤器](#)

[创造一种发自内心的感受](#)

[利用应用场景说服大脑](#)

[使用“为什么？那又怎样？谁会在意？”策略](#)

[大脑不愿意把稀缺资源浪费在那些“小”的思维跳跃上](#)

[应对大脑的垃圾过滤器的最佳办法，就是减少需要通过过滤器的事项](#)

[如何处理用户必须了解的事实性知识？](#)

[大脑喜欢即学即用式学习，而不是储备式学习](#)

[验证知识的必要性](#)

[要想减少储备式知识带来的资源消耗，测试每一个主题](#)

[利用技能映射验证知识的有效性](#)

[“求知欲”的问题](#)

[增加打造可持续成功的产品或服务的机会](#)

[尾声](#)

[还记得本书开头说过的这件事吗？](#)

[你对用户的关心程度究竟有多大？](#)

[现在，就这个问题进一步探讨一下](#)

[成就卓越的人生](#)

我想对读到这里的你说声谢谢，我占用了你不少稀缺的认知资源

能量姿势：立即成就卓越表现

能量姿势：立即成就卓越表现

致谢

欢迎访问：电子书学习和下载网站（<https://www.shgis.cn>）

文档名称：《用户思维+：好产品让用户为自己尖叫》凯西·赛拉 著.epub

请登录 <https://shgis.cn/post/366.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

