

收纳软件用户界面设计——以“置物”为例

高雪筠

四川大学锦城学院计算机与软件学院 四川 成都 611731

【摘要】随着网络的发达和经济的快速发展,购物已经成为了常态,但随着不断的购买物品,存放物品空间已经不够使用,物品存放杂乱,市面上并没有专门做收纳视频的平台,满足不了现在人们对于收纳的需求,本文主要是分析收纳对于日常的需要,收集用户对于收纳的需求,制定契合收纳者心理特征的APP,采用商业闭环模式,提升用户体验,制定以收纳视频分享、收纳教程学习、收纳物品售卖于一体的服务平台。此产品顺应时下视频软件的潮流,保持本身的创新性之外,还拥有一定的社交属性,方便用户的交流。

【关键词】收纳; 收纳物品; 界面设计

1 收纳类行业的分析现状

随着商品的种类增加,现代人购买的物品越来越多,琳琅满目的商品在橱窗里面展示着,有时候不会因为需要物品而选择购买,单纯只是因为喜欢所以就购买,或者看着比较新奇就下单购买,物品堆积的问题越来越严重,储物空间越来越少。收纳在近几年非常的火爆,在各类的视频平台上,都有不同博主发布的关于收纳的视频,但现在并没有一个很好关于收纳视频分享、收纳有效的知识以及相关物品售卖的一体化网络平台,所以更加需要做收纳市场的产品,让收纳更加方便的平台。“置物”就是以收纳为中心的平台,帮助用户在收纳出现问题的时候合理的解决问题的平台。“置物”软件以白色和绿色为主,营造一种干净整洁清新的感觉,让人感觉到清爽舒适。

2 用户画像分析

2.1 用户群体分析

“置物”软件主要针对的就是需要收纳整理的人,根据百度指数的数据显示年龄在20-39岁是搜索收纳的主要人群约占总比例的80%,说明青年对于收纳的需求更加急切,并且女性的搜索的比例高于男性,关于收纳的搜索量的日均值在41587,侧面反应出现代人对于收纳的需要。搜索收纳相对较多是广东、江苏、浙江等地方,这些都是经济发达的地方,也是众多打工族工作的地方,符合收纳主要需要人群的年龄分布,并且大部分人所住的房子的面积都是比较有限的,可以反应出对于收纳的需求。

2.2 用户需求分析

“置物”软件主要针对的就是需要收纳整理的人。就上班族来说,基本上都在外工作,在外工作都会有住房的烦恼,租的房子一般空间都比较有限,如何能够更大化的利用好房子的空间,是一个需要解决的问题。而对于学生党来说,收纳空间不是他们最大的需求,收纳物品的价格是学生党考虑的更多的问题,如何在有限的预算下,购买商品,实现自身利益的最大化是需要解决的问题。而对于家庭妇女来说,虽然他们使用的空间会更大,但是相对来说他们需要处理的杂物则更多,不仅是个人的物品还有家里的物品,所以更需要一个好的整理物品的平台来教他们如何更好把物品分类并且很好的收纳起来。而且现在网络购物很发达,基本上很多人买

东西的时候不会考虑自己能否放下的问题,只会看自己是否喜欢,是否需要,下单买回来之后发现没有地方可以存放所购买的商品,就堆积在一起,不仅不美观还影响物品的寻找。“置物”就是很好的平台教需要收纳的人进行物品的收集,视频可以直接传授收纳的知识,还可以通过帖子直接询问网友如何解决自己的问题,在评论区进行讨论,寻找到有相关问题的人,然后通过别人的整理经验来处理自己的问题。

3 “置物”APP界面设计与实现

3.1 竞品分析

以小红书为例,小红书是一个以分享为主的购物平台,在小红书社区,用户通过文字、图片、视频笔记来分享商品,对于无明确购买目标的用户,通过购物笔记推荐找到喜欢的商品,对于有明确购买目标的用户,根据其他用户分析的笔记判断商品是否值得购买,但小红书作为商业闭环的电商模块体验并不好,且营销上过度重视社区,轻于自身商品品质,导致小红书的品质信服力不高,从而影响到购物转化率。

3.2 案例分析

3.2.1 产品信息架构

“置物”主要将软件分为四个部分,分别是首页、探索、商品、我的。

下载软件之后打开就直接进入到首页,首页是用户进入软件第一眼看到的页面,需要清晰的传递出信息,本软件首页只有搜索功能和系统的视频的推送,相较于其他视频软件少了首页内容分区的模块,观感上更加简洁,传递信息更加的直接,也不需要用户在首页进行复杂的点击,只需要点击播放即可。

探索区域主要是物品分类以及论坛和直播等分区,客户根据自己的需求点击对应的区域,物品分类主要按照不同的类别进行分类,例如穿戴类、饮食类、卫生用品等,在探索的区域可以更加方便的选择关于收纳的商品,点击论坛和直播可以更详细的了解到更多与收纳物品相关的信息。

商品区域主要是商品推荐,在顶部会有一个心动推荐的banner轮播图,都是粉丝数量与好评比较多的博主推荐的商品,可以直接点击进去然后查看列表清单,直接就是商品,可以直接加入到购物车里面,然后下面就是金刚区关于各类收纳的商品。

我的界面主要是关于浏览记录、收藏、购物车、订单、我的关注等主要信息,通过我的界面,还可以自己创作,上传自己关于收纳的视频

3.2.2 “置物”APP 页面设计规范

字体样式:本软件字体采用苹方,通过设置字体的粗细,方便用户了解到重要信息,文字颜色黑色(#fff)主要用于用户的id名字以及id下面发布时间的信息,浅灰色(#999)用于底部导航没有选中的样式,绿色(#92d998)用户底部导航选中的样式。

字体字号以及行距:选中状态导航以及帖子标题字体大小为42px,用户的id名字以及底部动作条字体大小为36px,用户发布时间的信息以及常规正文信息字体大小为24px,行距为24px。

各组件设计:搜索栏尺寸为40pt,底部导航共四个图标,图标的尺寸为92px,间距为180px,选中的图标为绿色(#a4e3aa),没有选中为浅灰色(#999),点赞等功能栏的图标的尺寸为74px,间距为56px。

3.2.3 主界面详细设计

(1) 首页

首页分为两个板块,头部的搜索栏与下面的视频栏构成,“置物”只做关于收纳的视频,与其他综合类的视频APP相比会更快速的获得想要的信息,取消了首页视频下方的简介信息,将视频的主要内容设置在视频内容的封面,更加方便用户对于视频信息的获取,用户可以选择进行观看,常用的功能展示在视频下方,不常用的功能收缩起来,方便页面的整个浏览的效果,点击视频播放之后。视频下方会出现评论区,滑动即可观看评论或者进行评论。

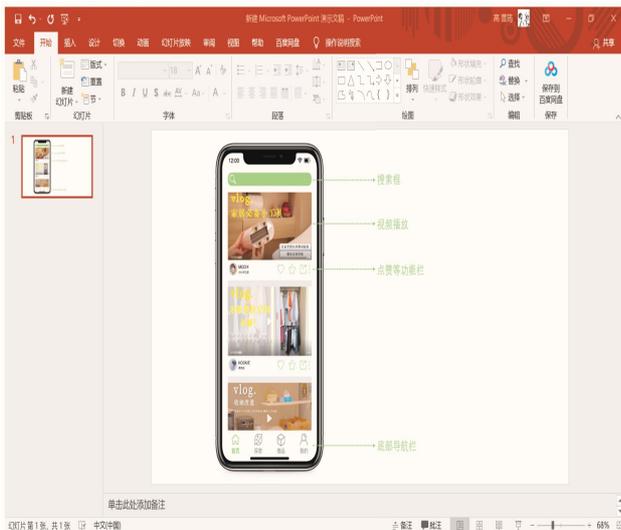


图1 “置物”首页界面设计

(2) 探索

探索区域主要是收纳视频的分类,分类信息在头部,例如日常用品、厨房用品、装饰用品等不同的物品的收纳视频,然后还有讨论以及直播等相关信息。很多视频软件的分区都在首页,首页的设计过于复杂,分类的种类并不细致,不方便用户进行选择,所以“置物”将视频的分类专门做了一个页面出来,方便用户进行选择,点击自己想要观看的分类,会按照播放量、点赞数综合统计,按照排序顺序来进行播放,提供优质视频,提高用户观看质量。讨论区可以发表关于收纳的帖子,通过

用户之间的交流,了解更多关于收纳的信息,也可以点击现在讨论区的热门话题榜,了解用户主要商讨关于收纳的内容。直播区可以在博主直播的时候,直接在直播间提问,博主会更加详细的分享关于收纳的知识,当进行商品售卖的时候,能够更加详细的听到博主对于此商品的评价。

(3) 商城

商城的推荐展示是用的是一个轮播图的效果,用于各类商品的推荐以及对应的推荐官的展示,通过banner可以直接了解到部分热门商品,在banner下面是一个金刚区,对于各类物品的分类,例如厨房用品、装饰用品等。将同类型软件的直播区域挪到探索区域,直播也是客户对于商品的一个了解的媒介,在商场页面取消直播区,避免界面过于花哨,并不方便用户选择,在直播间点击购买按钮之后会跳转到商城的购买详情页,在详情页里面除了普通视频app都有的加入进购物车、物品的参数、用户反馈、类似物品等信息,还有关于这类商品的帖子,防止商家刷评论,在帖子里面都是实名认证的客户真实的评价,虽然可以用第三方进行登录账号,但是要发表帖子需要实名登录手机号,并且一个手机号只能实名一个账号,确保帖子里面的信息是用户所发布的,而不是商家买的水贴,让客户可以多方面对比物品,购买最适合自己的物品。

(4) 我的

在我的页面主要就是记录使用软件的记录,如果只想观看自己关注的博主的视频,不想看推送视频,可以直接在我的页面里面的我的关注点击进去就只有关注的博主的视频,我的页面还有购物等信息,可以查看自己加购的商品以及购买过的商品的信息。

4 结语

现在国内对于收纳的需求非常大,而且在现在基础物质服务已经满足的现在,却没有如何设计出更好的产品来满足精神服务是非常重要的,此款软件设计让我明白,现代很多人对于收纳的需求,还有关于收纳软件的必要。“置物”的出现解决了用户对于收纳需求与困扰,只做收纳,提供针对收纳优质的信息,用户更好的获得有效的信息,呈现空间简化的视觉效果,分享更多的收纳好物与收纳技巧符合用户的需要,但“置物”并不能提供收纳师的服务,不能直接上门去帮助用户收纳整理。本产品还需要在实际操作中去检验,让设计更加方便用户的使用。

【参考文献】

[1] 张思楷. 小红书营销战略分析[J]. 现代营销(下旬刊), 2020(10):48-49.

[2] 魏天刚, 张锦. 服务设计思维在UI设计中的应用探究[J]. 大观, 2021(01):95-96.