

项目作品集

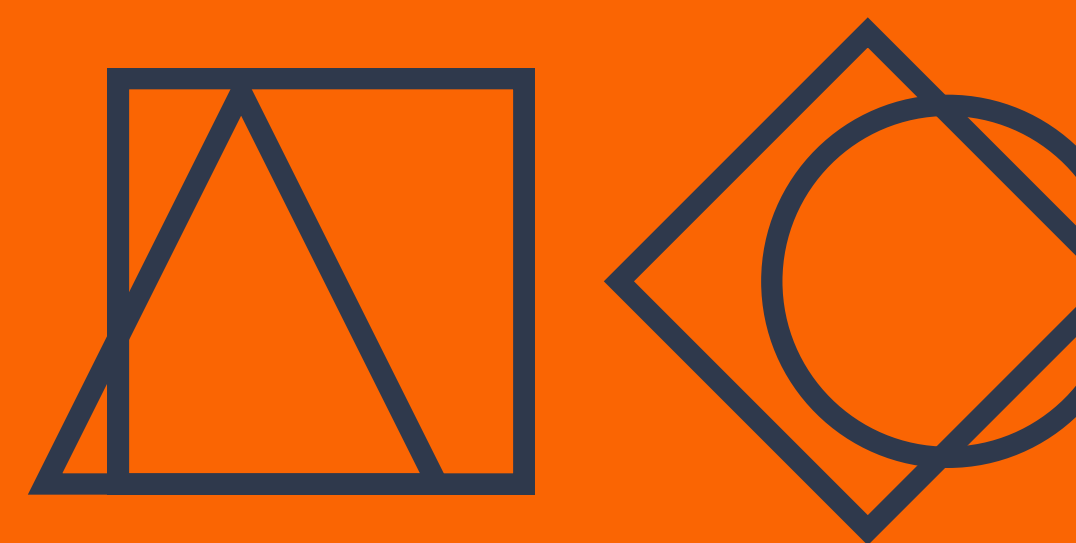
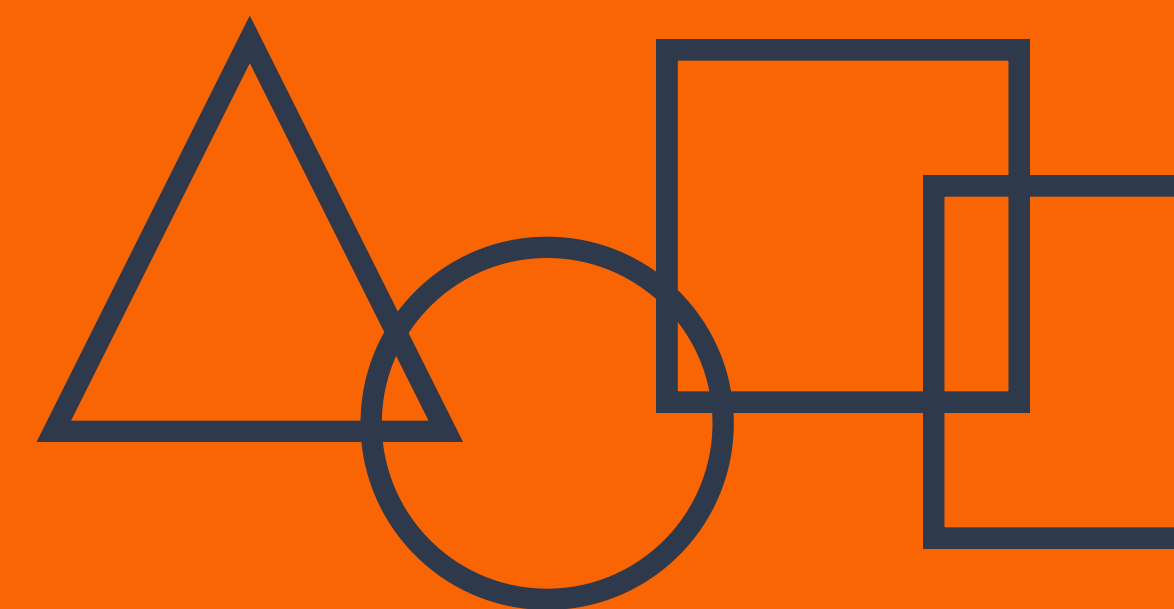
用户体验 | 交互设计 | 产品设计

陆志豪 Joe Luk

邮箱: joeluk@163.com

电话: +86 152-1058-2601

微信: joe_luk



陆志豪

新奇爱好者 | 偶尔画画的人 | 猫奴

电子邮箱: joeluk@163.com

联系电话: 152-1058-2601

个人网站: <http://joeluk.sinaapp.com>

求职意向: 用户体验设计、产品设计、交互设计

工作经验

2017.04 至今	京东	高级交互设计师
2014.11 - 2017.03	因为设计	产品与服务体验设计师
2013.03 - 2013.08	因为设计	用户体验设计师 (实习)
2012.07 - 2012.08	中国人寿研发中心	用户体验设计师 (实习)

教育背景

2013.09 - 2014.09	伦敦大学学院	人机交互与人体工程学硕士
2009.09 - 2013.07	清华大学	工业工程系人因学与人机交互方向学士

项目经历

运营活动设计 | 产品与用户体验 | 办公空间体验研究 | 商业空间服务体验



去尝试和吸收各样新鲜事物， 然后将不同的东西组合一起产生火花。

用服务设计方法解开电商业务困惑、
制作互动装置给同事惊喜、
将工业设计方法用于解决线下送餐难题、
把用户研究推广到办公室设计、
用数据可视化布置企业展厅...

但我仍在探索不同的地方，尝试没试过的事情：
坚持着画画这一项业余兴趣，还入选了暴雪魔兽世界的粉丝作品画册；
除了户外攀岩，还在零下20度时攀登冰瀑、在北极圈开雪地摩托和游泳；
Roadtrip时离小黑熊只有一个车道的距离，也曾边泡着温泉边拍摄银河；
因为认为最有意思的是“实体”的互动，于是最近沉迷了战棋的制作和涂装...

所以，我也好奇在新的领域会学到什么不一样的东西，
我的经历又能怎样在不同地方发挥作用。





京东 JD.COM | 2017.04 至今

交互设计 | 运营设计 | 团队提升

频道产品设计

CHANNEL PRODUCT DESIGN

频道类项目依附于特定品类，除商品销售外通常附带有服务性质的功能。除了常规的改版迭代与体验优化需求，还会涉及新业务形态的尝试。

因此，在频道项目中，尝试引入服务设计的方法，挖掘各方需求与痛点，在页面功能和交互设计同时，挖掘运营上的问题并提出建议。

主要参与项目包括：京东设计帮、京东服装城、京东互联网医院医生端、车管家、京东拍卖小程序等。

新业务挖掘

功能迭代

体验优化

频道产品设计

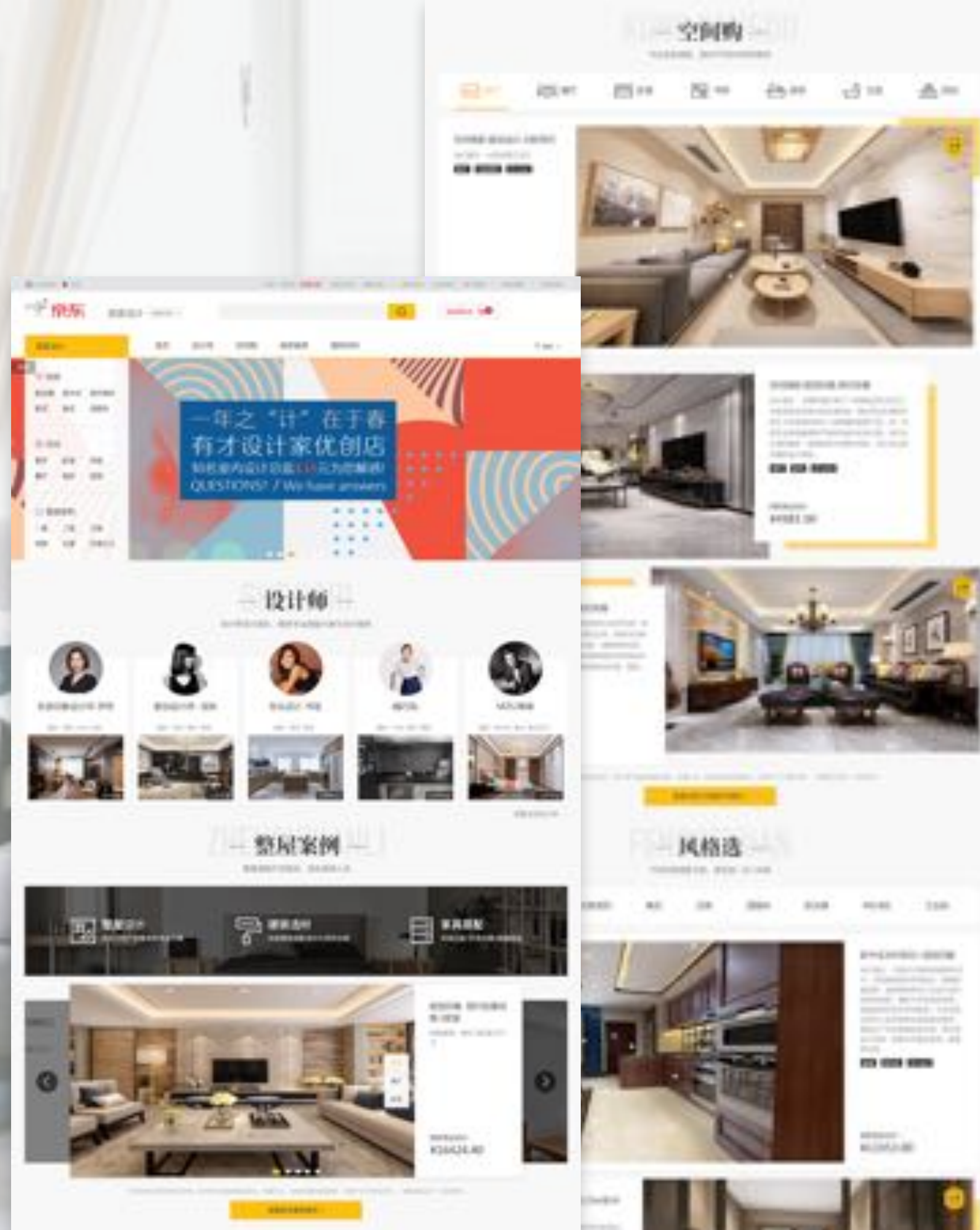
京东设计帮频道

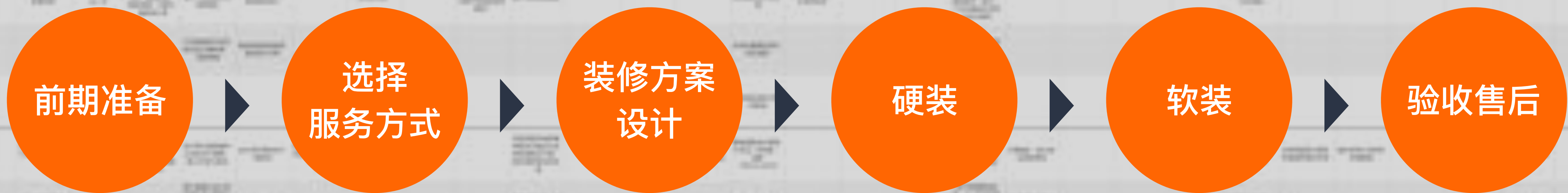
项目时间：2017/09 - 2017/10

产品分析 | 服务设计 | 交互设计

设计帮是京东家居的新频道尝试，以设计师搭配、整套空间家具方案销售的方式，使消费者更好把控整体空间效果、促进多件商品搭配购买。

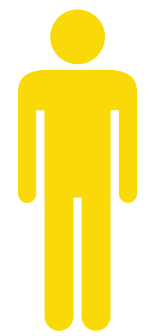
但业务发现频道上线效果并不理想，希望对频道进行优化，于是我通过服务设计的方法，发现页面可用性问题、挖掘购买过程中的页面流程和服务流程缺失，并提供了分步式的改进意见。





发现问题：用户体验地图

装修环节多，流程长，互联网装修如何与利用用户体验地图，梳理互联网装修设计与施工全流程和所涉及的角色，从而发现各方痛点、寻找设计切入点。



做装修准备的用户 - 只看不买

未开始装修的用户
了解装修知识、合作方式、价格、行规



半包用户 - 直接购买

带硬装成品房或二手房用户
仅需要软装搭配和购买



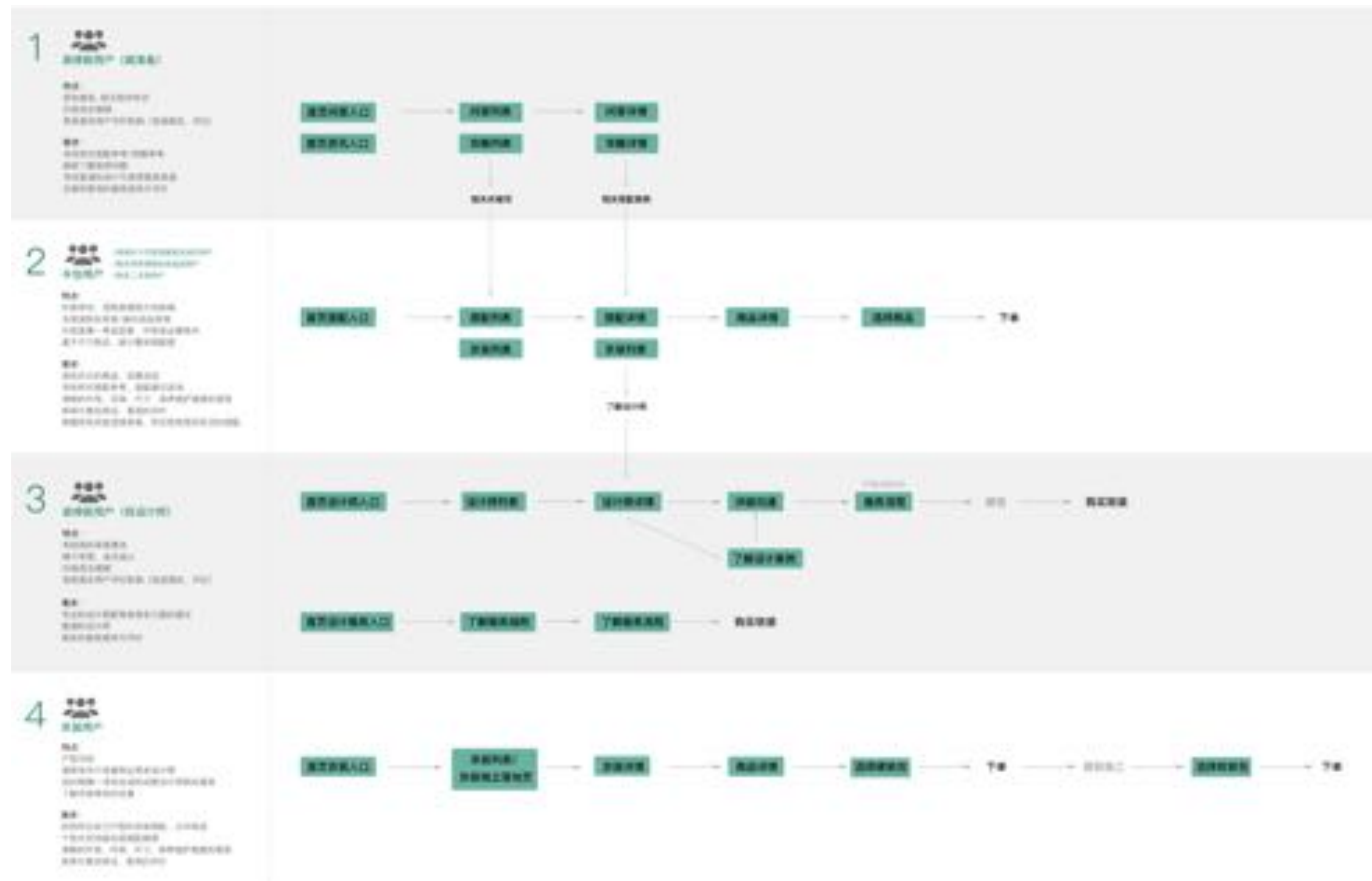
寻找设计师的用户 - 先服务后购买

未开始装修的用户
有设计需求、有后续合作可能



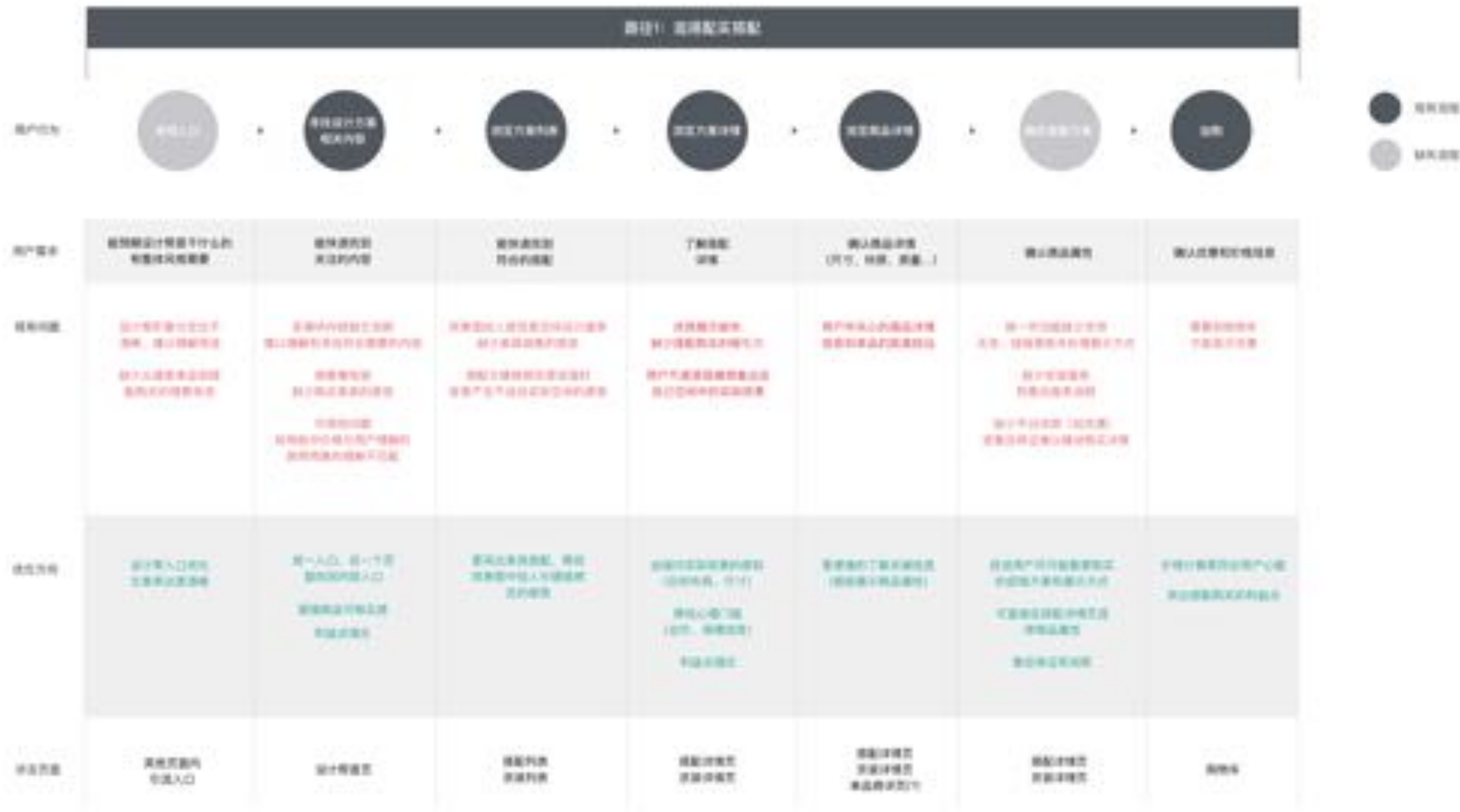
京装用户/全包用户 - 全套方案购买

通常是合作的物业的用户
需要成套设计与服务



聚类典型用户与使用路径

结合线上数据及用研部门访谈报告，对当前产品的目标用户进行分类，梳理出各类型用户在装修过程中的使用需求与产品使用路径，并发现用户转化触点，寻找商业提升机会。



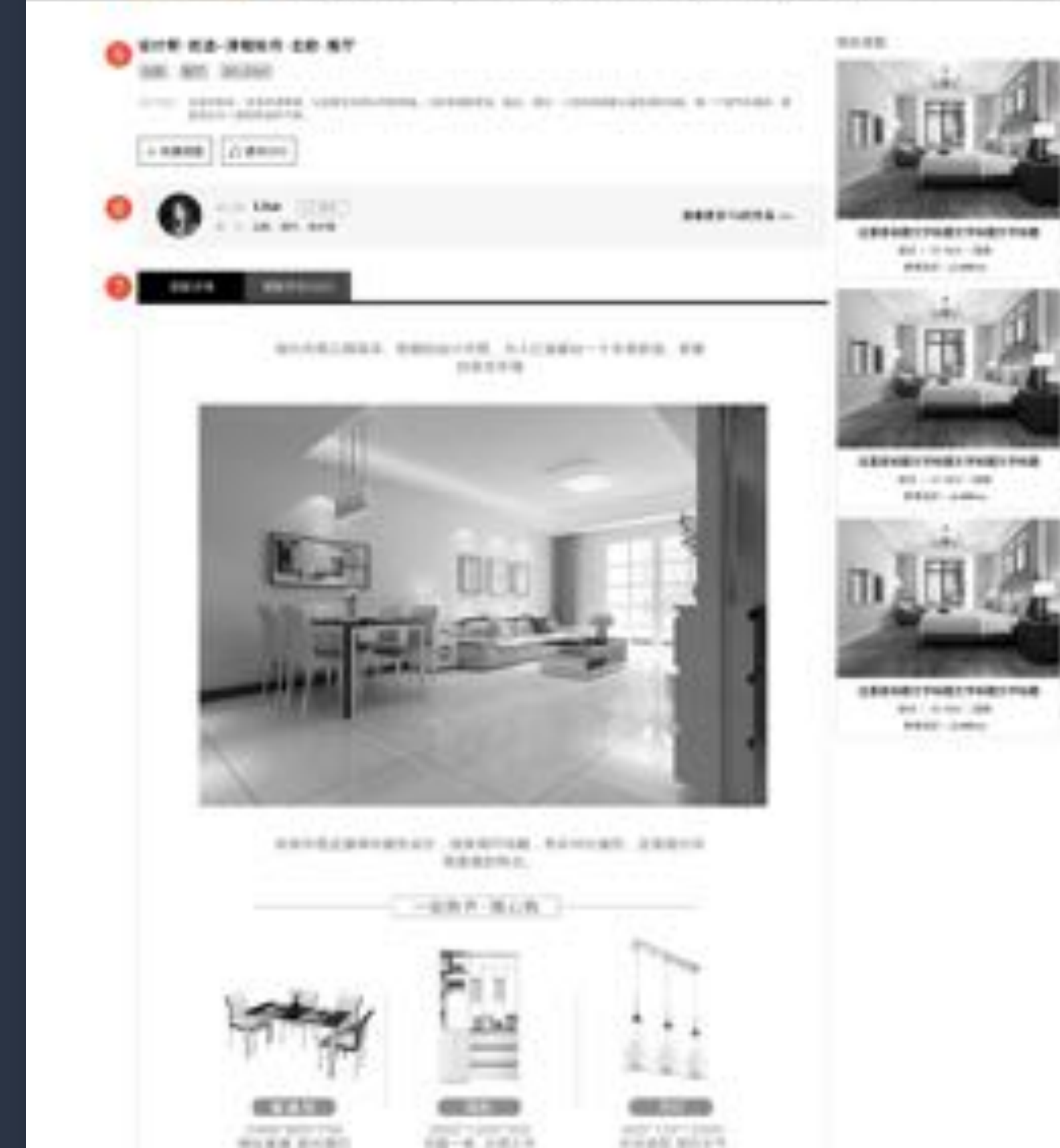
定位各路径中具体问题

对各典型路径进行详细分析，寻找路径上存在的问题及缺失的环节，从而分析现有页面的调整方向、需要新增的页面与功能、以及需要业务配合的平台服务能力。

交互设计优化

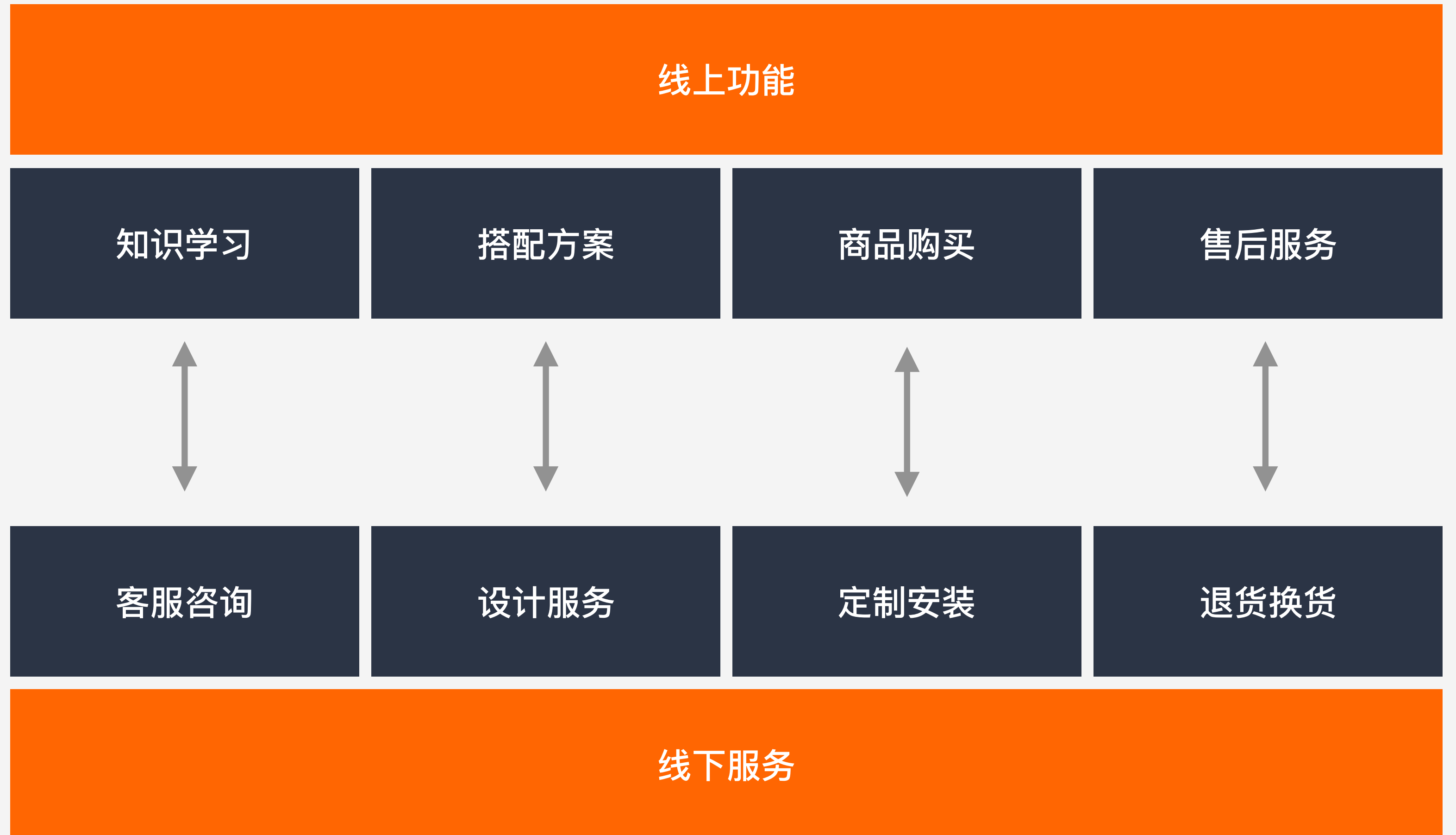
定位问题后，对现有产品交互进行优化设计。一方面着手解决可用性问题与体验问题，使搭配购买流程更加顺畅。

另一方面，新的版本补全了线上流程的缺失部分，使线上频道功能可以与线下服务部门更好地衔接，避免用户在装修环节中流失。



服务流程承接

装修过程中无法通过线上页面解决的问题，仍然需要通过合作商家和平台服务承接。因此除交互设计外，与业务方沟通服务流程与优化建议。



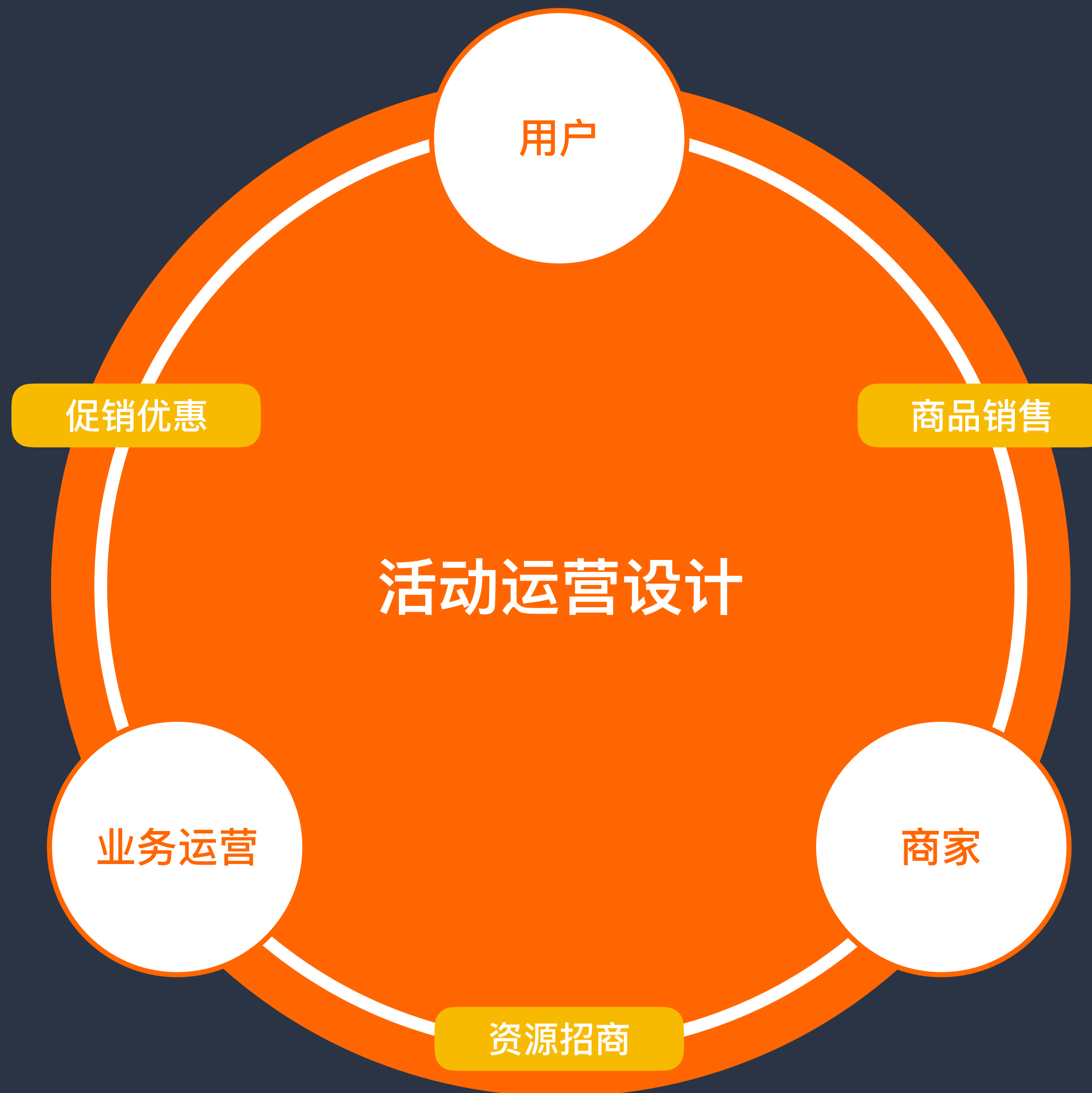
活动运营设计

ACTIVITY OPERATION DESIGN

活动运营类项目有一定的特殊性：排期短、上线时间有限、具有周期性，但每次活动又必须有差异化和创新，才能使用户具有新鲜感，因此需要在快速迭代的思考下同时进行创意型的设计。

同时活动项目具有额外商业诉求，需要通过整体策略和模块交互设计，达成用户体验和业务目标的最优平衡。

在活动运营设计项目中，主要负责沟通活动规划、协助运营人员定位页面功能与价值，提供创意策划并输出交互设计方案。参与项目包括公司级大促活动（618、双11、年货节）、重点IP项目（LINE、漫威）等。



年货节跨品类会场

项目时间：2017/12

内容规划 | 跨品类商品整合 | 交互设计

大促活动基于品类安排优惠节奏已成习惯，但也导致了用户购买多个品类商品时流程割裂，不得不关注日期，分开购买。

2017年年货节，尝试利用过年购物行为特殊性，以场景化包装的方式进行跨品类营销，带来了明显的转化效果，证明了跨品类活动会场的可行性。



用户

跟随优惠节奏购买



基于实际需求购买

业务运营

按日期安排促销资源



整体营销灵活调整

商家

品类分时曝光



全活动时期曝光

跨品类销售：对三方角色痛点的改变



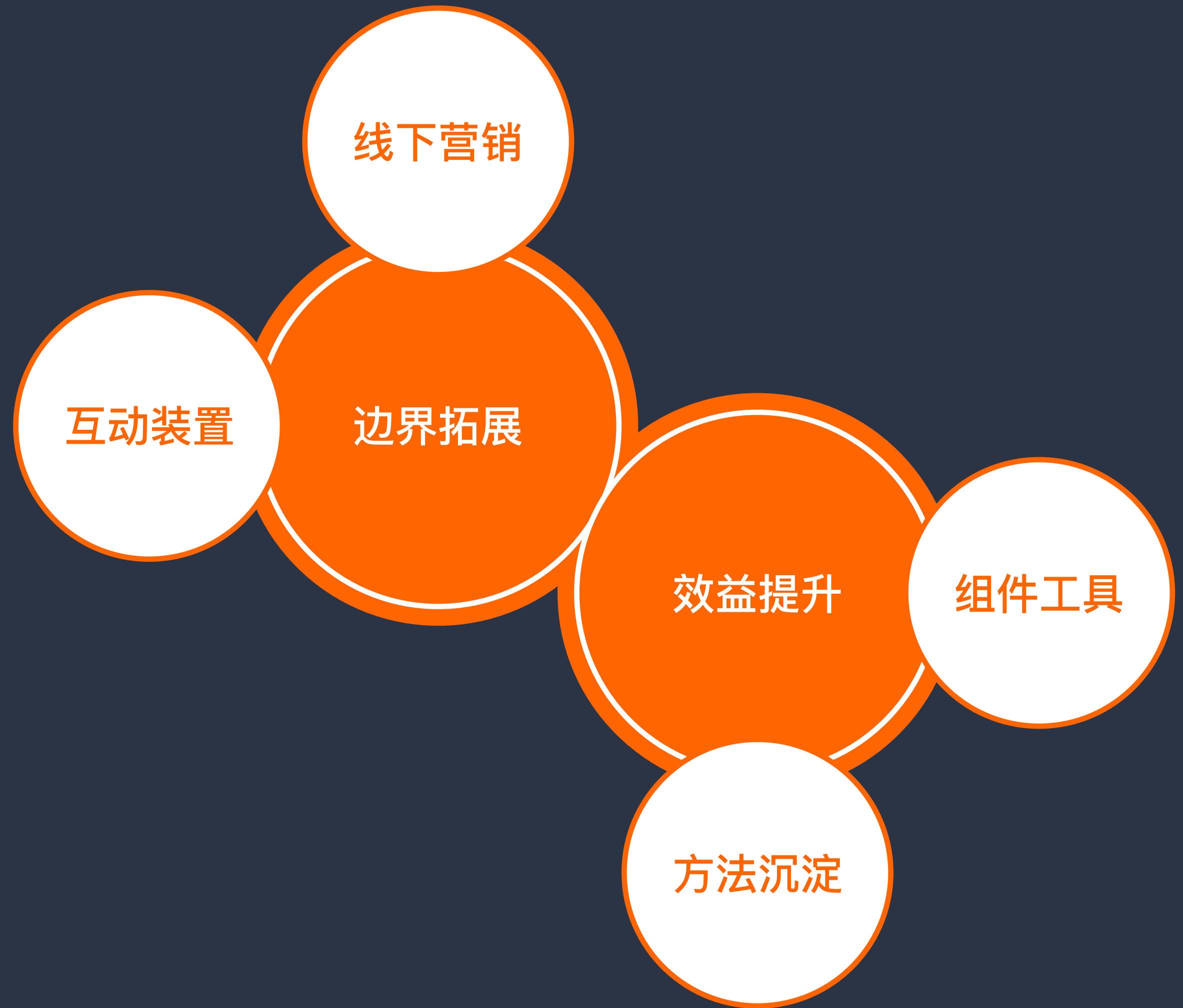
用户现实行为与商品品类特点结合的包装思路

团队提升与自研

TEAM IMPROVEMENT & EXPERIMENT

在日常项目同时负责团队创新与提升，以组内自研的方式拓展团队设计边界、提升团队能力与效益。

推行内容包括线下互动实验室、交互组件库搭建、数据分析工具化等。



618万花筒打卡机

项目时间：2018/06

团队组建 | 方案设计 | 开发实现

京东618活动背后藏着一群默默加班到深夜的人，汤包作坊通过自制打卡机，让京东员工通过打卡行为，将身上衣服的颜色加入到万花筒之中，组成京东618万花筒主题里的一部分。





汤包作坊：线下互动装置实验室

团队内部组织建立汤包作坊团队，旨在研究线下营销，实践互动创意方案，从而拓宽团队设计领域，寻找线下新零售发力点。

“排期快到了怕要延期了”

“今天你也要加班吗？”

“上线还要走查自己都没时间抢优惠了”

.....

茶水间彩蛋

公司级大促活动618上线前夕，办公室里既有着冲劲也有着压力，汤包作坊决定以提高员工归属感与成就感为主题，在项目间隙在茶水间建造一个装置彩蛋。



打卡与万花筒

我们选择了最日常、最反映加班感受的打卡行为作为唤醒参与者的触发方式，结合618活动视觉主题，通过参与者身上的颜色生成独一无二的万花筒，使员工感受到自己是618活动的一部分。



INWAY
DESIGN

因为设计 INWAY DESIGN | 2014.11 - 2017.03

用户体验设计 | 服务设计

用户体验咨询与设计

UX CONSULTING & DESIGN



项目时间：2016/06 - 2016/07

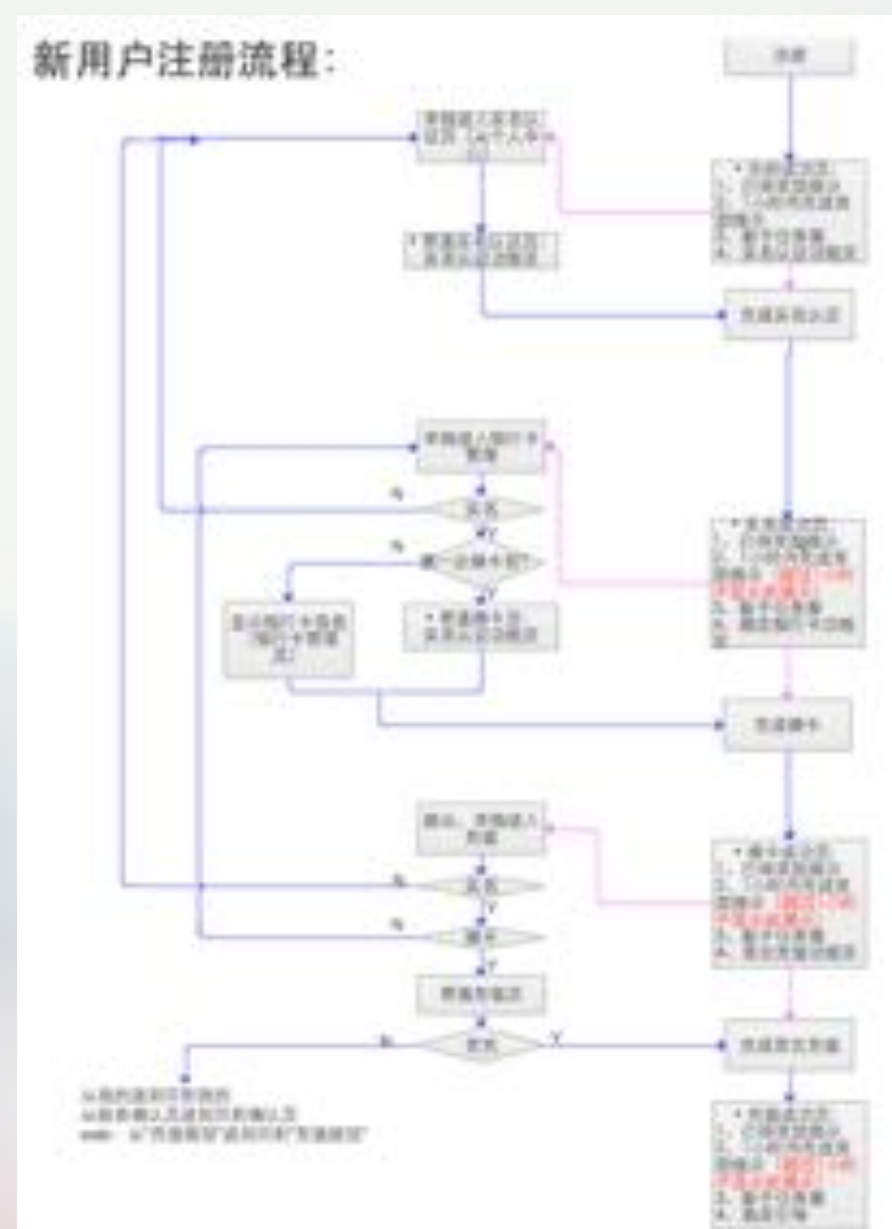
产品类型：iOS/Android App、WebAPP、网页端

项目管理 | 产品设计

铂诺理财是创新工场投资的首个互联网金融产品，在当时P2P产品风口中，尝试回归金融服务本质，以私人银行级资产和服务，提供整体化金融解决方案。

2016年6月，我以外派方式入驻铂诺理财团队，在6周内负责项目管理和产品设计，协助APP端和网页端的主要功能的产品升级，并制定品牌升级后的相关设计规范。





用户注册流程与新手任务逻辑优化



个人中心页面结构调整



以用户为中心：基于用户研究和可用性测试的体验优化

由于个人信息和交易信息的敏感性，产品的结构和使用寿命有一定的复杂度。在这次升级中着重对注册流程、验证流程和个人中心模块进行流程梳理和重新设计，解决了十多项严重的体验问题。针对APP端，也对界面和控件进行了更符合移动端阅读方式和交互方式的设计调整。



APP端首页方案草图与设计稿

网页端首页方案草图与设计稿

平衡增信信息与操作界面以提升信任

达成增加购买的商业目标

除了增信信息和优化购买入口外，对产品列表页和产品购买页进行调整，选择对用户更有意义的数据进行展示、调整各项信息的视觉优先级等以提高用户购买率和购买量，达成最终核心的商业目标。



项目成果

通过6周的合作，铂诺理财完成了APP端与网页端包括首页、个人中心、产品列表页、产品购买页等主要功能页面的升级设计工作。同时，为铂诺团队提供了视觉规范与适配规范的培训与文档支持，以便铂诺理财完成其他剩余页面的设计工作。铂诺理财升级后，用户对产品的信任度提升，使人均购买量有了显著的提高。



项目时间：2014/11 - 2015/08

微信服务号WebAPP

需求挖掘 | 产品设计 | 界面设计 | 开发交接

2014年，中国的商业地产市场出现了爆发式的发展。然而同质化问题在购物中心市场当中越发严重，过度相似的购物中心之间陷入恶性竞争循环之中。

方橙尝试建立国内首个商业地产平台，以数据挖掘及可视化为支持，尝试帮助购物中心发现符合自己特色的差异化品牌，同时让新兴品牌获得更好的拓展入驻渠道。





初期PC网页端方案线框图



调整后移动端线框图



基于微信的Web应用视觉稿

面对未知的需求

作为国内首个商业地产品台，方橙对产品形态存在大量的未知。因此需要大量参与到用户需求分析的过程中，挖掘具有商业价值的实际需求。

一个例子是，我们发现绝大部分从业者，超过一半的工作时间都会外出进行踩点、走访、商务沟通等工作。微信群是这些从业者最重要的信息收集源。最终决定方将橙初期产品从计划的电脑端平台变成基于微信服务号的Web应用。

技术约束下的迭代设计

由于微信内置浏览器的性能和规则限制，逻辑和功能复杂模块在界面、控件和性能有着一定的设计挑战。

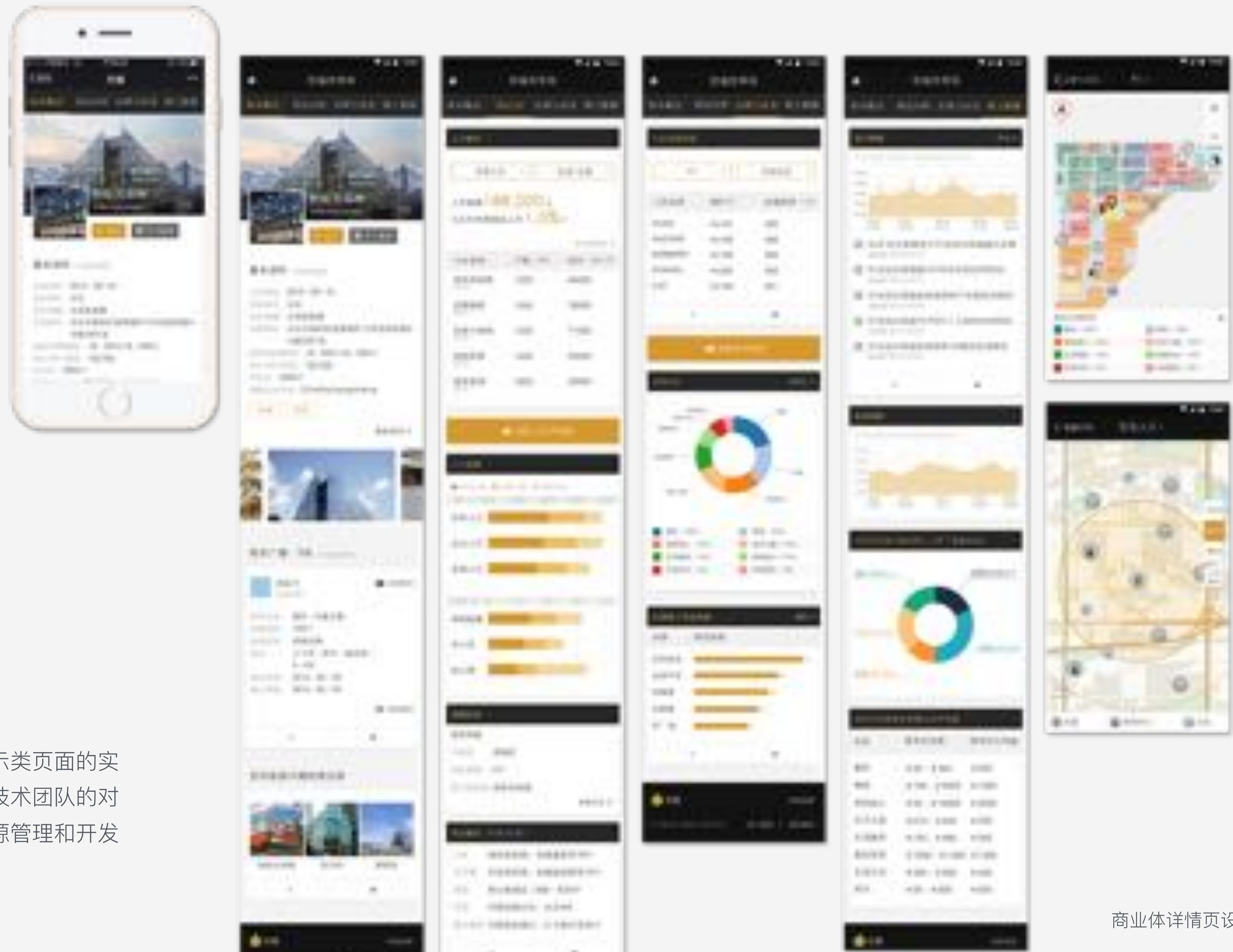
通过SCRUM方法，与工程师的不断磨合和快速的迭代，从基本功能的MVP实现，到获得性能稳定、功能优化并且符合使用习惯的界面交互设计。在小版本发布后，迅速收集用户反馈，对功能需求作出快速的调整。



最初版私信功能线框图



最初版搜索功能线框图



界面设计与开发交付

项目过程中还需参与功能模块和展示类页面的实际界面设计。同时作为产品团队和技术团队的对接负责人，负责开发文档撰写、资源管理和开发交付等产品工作。



覆盖4个主要目标城市



10,000个品牌与500家购物中心数据

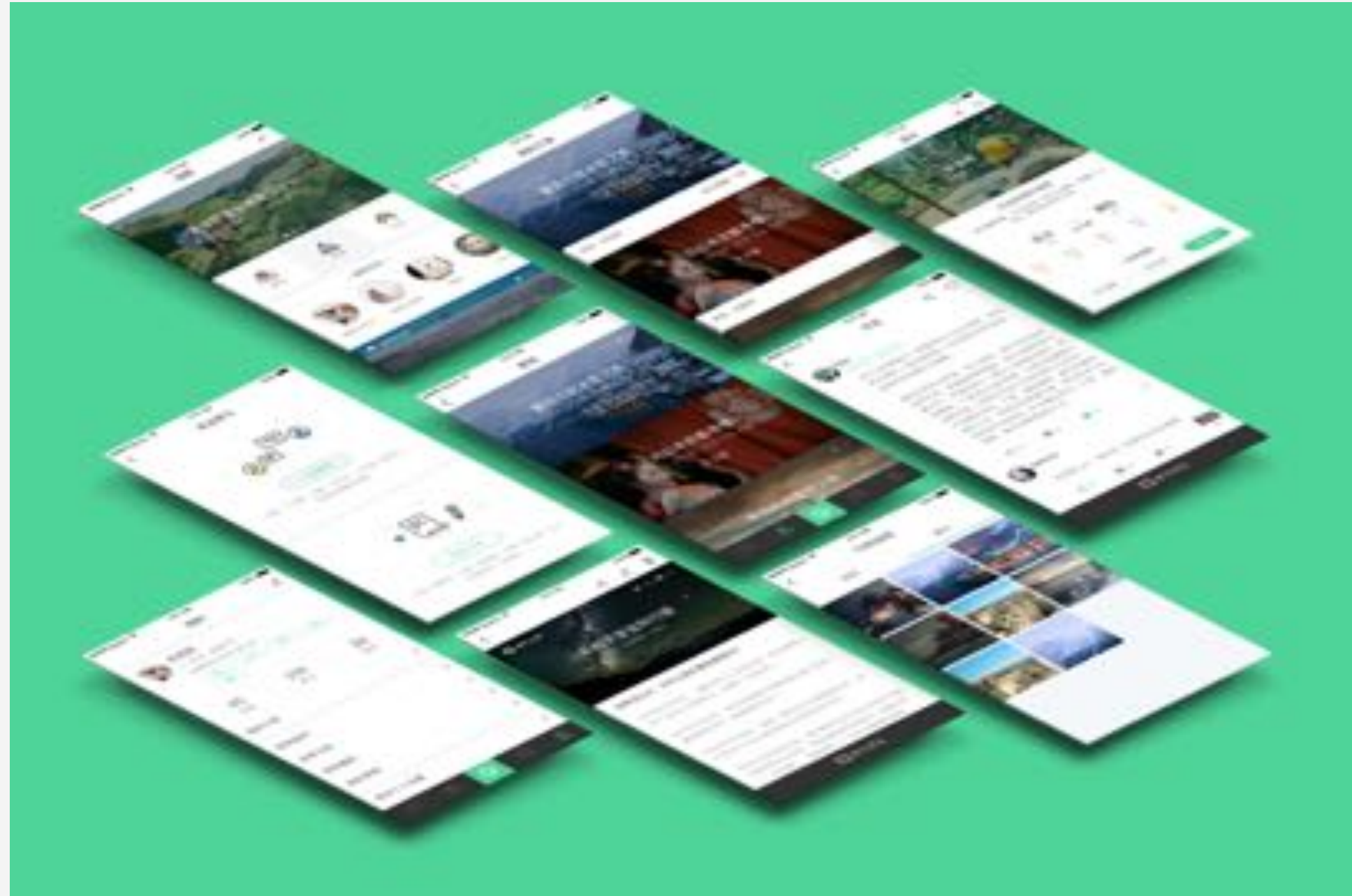


北京本地70%行业从业者注册使用

项目成果

该项目在2015年8月方橙放出第二个稳定版本并建立自己的产品团队后撤出。在这段时间里，方橙平台完成了北京、上海、广州、南京的商业地产市场，超过1万个独立品牌和500家购物中心数据的收集、整理和可视化展示。在北京，超过70%的行业从业者注册并开始使用方橙作为数据搜集、联络和发布招商和拓展需求的工作工具。





绿野APP

项目时间：2016/02 - 2016/05

工作内容：界面设计

作为国内最早的户外运动网络社区，绿野网面对移动化的转型挑战。绿野网尝试通过APP的形式，吸引广的人群进入户外领域。通过UGC内容和户外产品内容结合，以达到将社区资源转化为商业价值资源的目的。



暴走漫画APP

项目时间：2013/07 - 2013/08

工作内容：产品设计、交互设计

暴走漫画是国内最大的漫画内容生产社区，暴走漫画表情包在中国已经成为一种特殊互联网文化。2013年暴走漫画希望对其APP产品进行改版设计。通过游戏化设计思维，提高了用户体验和用户粘性。

空间与服务体验设计

SPACE & SERVICE EXPERIENCE DESIGN



创新工场

SINOVAION VENTURES

项目时间：2015/10 - 2016/03

互动式展厅设计

内容策划 | 交互设计 | 开发配合

2016年底，创新工场对其北京办公室进行改造。在提供办公功能的同时，工场希望改造能提升对外展示与宣传的作用。除空间上划分参观区域外，我们为该地区设计并制作了互动式展示内容，使创新工场的成绩和创业者的理念得到更好的表达。

该互动式展厅已经成为了创新工场北京办公室参观流线中特色的一环，为公司宣传和吸引投资起到重要的作用。





参观流程动线



快速原型测试

可交互的数字展区策划

创新工场作为互联网产品孵化器的属性，拥有大量的数据用于成就的展示。我们采用可交互式的展厅方案，通过可随时更新的可视化数据，展现创新工场特有的品牌形象。



投资信息数据可视化设计稿

创业者数据的可视化

创新工场提供了大量投资的创业公司的原始数据，通过可视化手段，将这些信息转化为脱敏的、易读的可视化图表，并通过将不同内容有逻辑性地安排到参观流线中。



前厅互动logo墙最终效果



生态圈 Ecosystem

生态圈是生物圈内所有生物及其相互作用形成的一个动态平衡系统。它包括生物群落及其所处的物理环境。生态圈的研究有助于我们理解生物多样性的维持和生态系统的稳定性。

生态圈的研究有助于我们理解生物多样性的维持和生态系统的稳定性。

生态圈的研究有助于我们理解生物多样性的维持和生态系统的稳定性。



生态圈
Ecosystem



项目时间：2016/07 - 2016/08

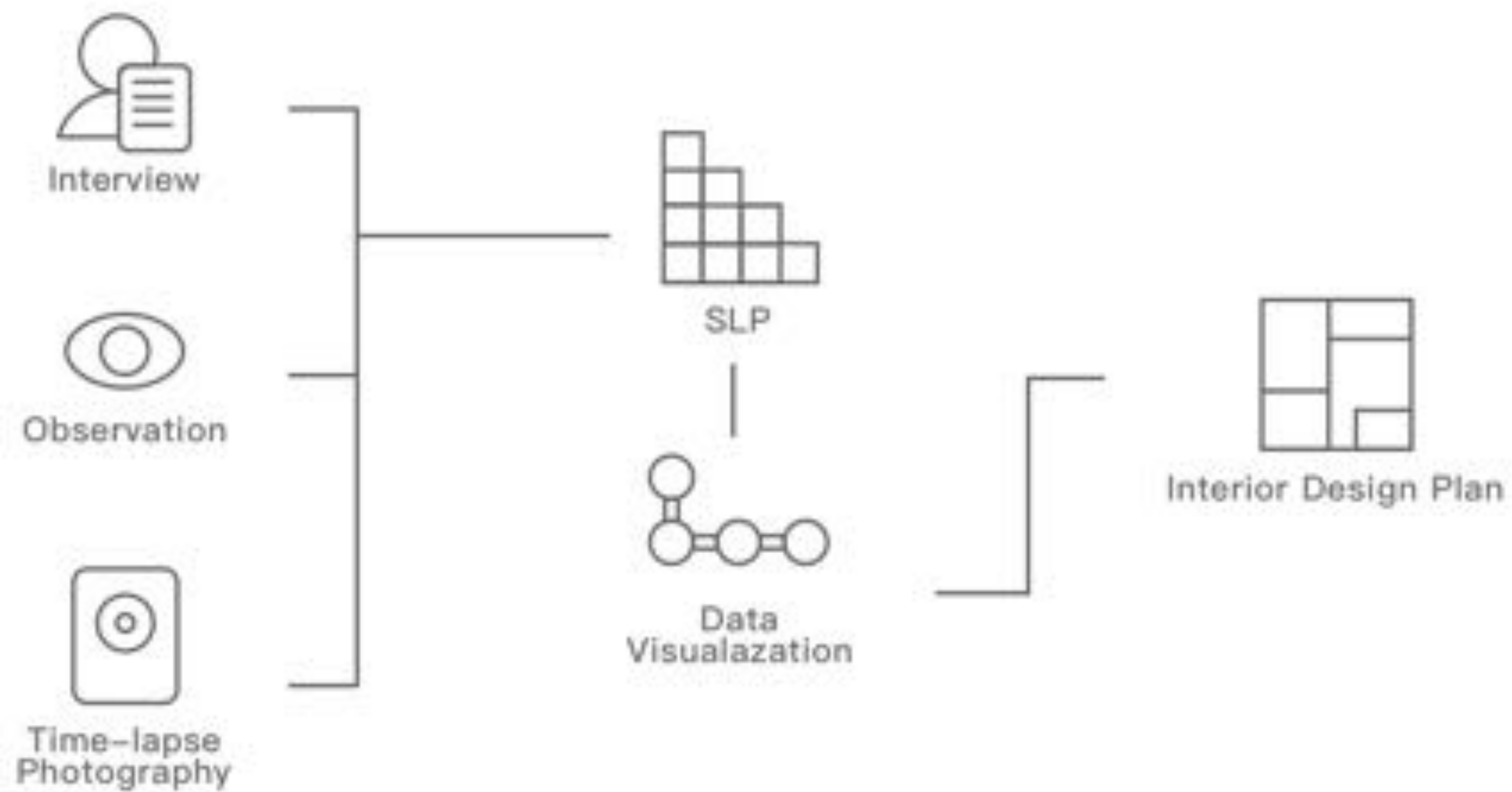
办公体验用户研究

用户研究 | 设施规划

乐富支付是一家提供POS机设备与支付服务的公司，随着业务扩大计划在北京进行办公室搬迁。

INWAY DESIGN通过用户研究的手段，对新办公室需求进行了研究与规划，以指导其空间改造与室内设计，以用户体验的方式提升员工办公体验。我则作为用户研究阶段的主要负责人，利用不同方法为室内设计团队与乐富本身提供更符合使用需求的规划建议。





将用研方法带到办公室设计

通过用户访谈和田野观察等手段，对乐富支付现有办公情况与业务流程进行了梳理和分析，并通过延时记录的方法验证与补充结论，整理出各业务与部门对新办公室的使用诉求。

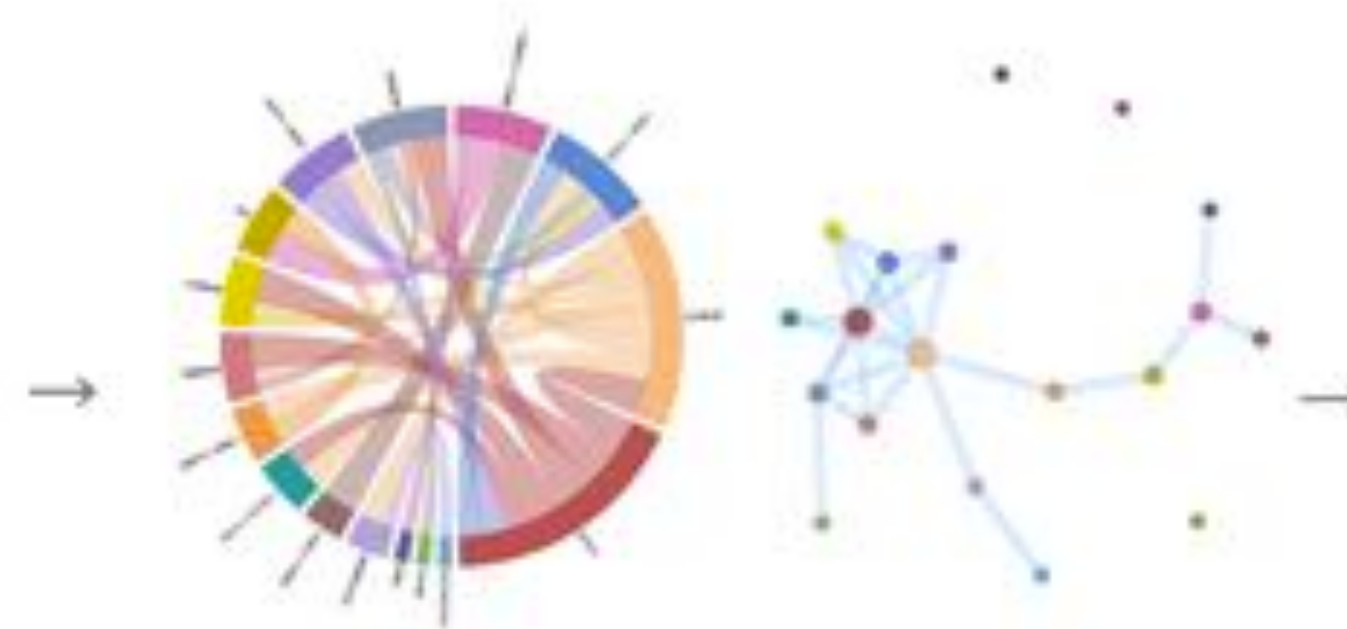
数据可视化的设计价值

利用数据可视化和设施规划的方法，将用户需求转化为布局需求，从而协助室内设计团队输出布局设计方案。

同时，数据可视化方式同时能让乐富侧人员更清楚理解方案，降低沟通成本，并解决了他们之前未想到的日常运作存在的问题。



SLP Analysis



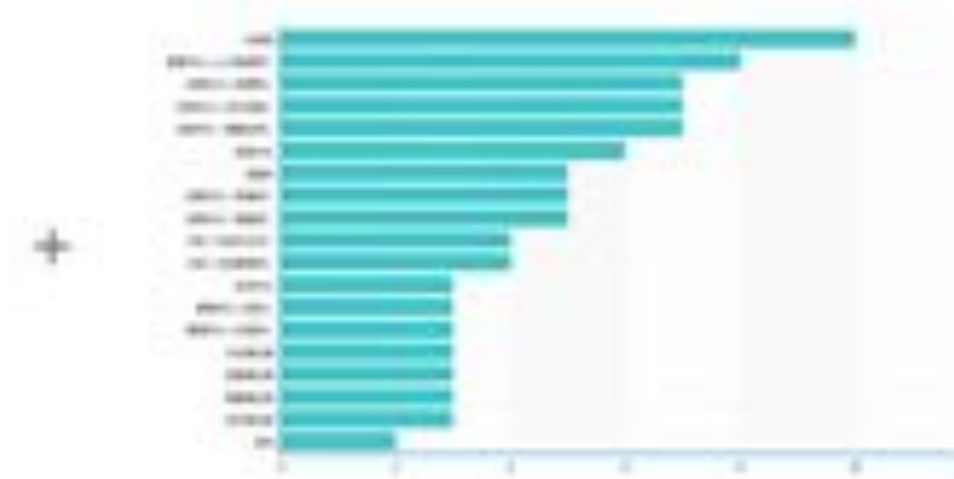
Relationship between Departments
(Chord Chart & Force Chart)



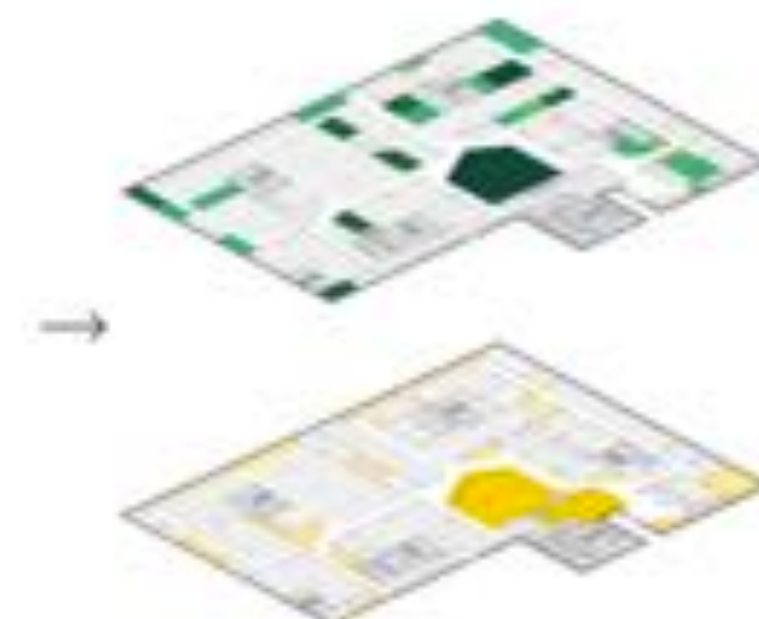
Departmental Layout &
Flow Planning



Discussion Needs
in Categories



Privacy Requirement



Communication Space &
Well-being Space Layout



美餐网企业送餐服务

项目时间：2013/07 - 2013/08

工作内容：用户研究、服务设计

2013年O2O市场竞争激烈，美餐网以其企业送餐的方式找到差异化出路。通过服务设计的方法，优化了美餐网复杂度最高的线下服务环节，极大地提升了经营效率、降低服务成本。



小熊快跑健身房

项目时间：2015/09 - 2015/12

工作内容：用户研究

小熊快跑APP是国内领先的互联网健身房预约产品。在市场竞争下，小熊快跑计划开拓自己的健身房实体店。本项目以互联网的思维与用户体验的研究方法指导室内和服务设计，成功地让小熊快跑健身房以半自助的方式运作，并且让用户自发地在社交网络对小熊快跑进行品牌宣传。

谢谢

邮箱: joeluk@163.com

电话: +86 152-1058-2601

微信: joe_luk

