30個設計出更好APP的方法

<http://kkapp.pixnet.net/blog/post/60997665-30%E5%80%8B%E8%A8%AD%E8%A8%88%E5%87%BA%E6%9B%B4%E5%A5%BDapp%E7%9A%84%E6%96%B9%E6%B3%95>

01.科技必須服務產品

當新技術出現時，開發者(設計師、工程師、客戶)會禁不起誘惑的想濫用它。

記得Photoshop的濾鏡嗎?

要記得新科技必須服務產品，不能倒置。

業主可能會提出又酷又炫的要求。甚至將各家APP的UI拆分後，重組成一隻”新”的劃時代APP。請記得亮點太多就會刺眼，所有的設計必須服務”目的”，而”目的”必須是使用者的”目的”，不是”墓地”。

PS.他提到的Photoshop濾鏡，是PS剛推出時，初學者常會見獵心喜的濫用浮雕、陰影、風格化等濾鏡”笑果”。

02. 供閱讀的內容必須像印刷品一樣的簡潔且自然

iPad是由電話、印刷品、網路數位匯流所演化而誕生。

或許它吸收上述三項產品的養分而茁壯，但不應該貶低偏頗三項產品特色的重要性，特別是在印刷品的部分。

如果它是一個成功的內容閱讀載具，則它的內容必須像印刷品一樣的簡潔且自然。

網頁排版其實是書籍排版的演化，iPad當然也是。新可能的出現，讓閱讀感再新鮮，但要千萬注意不要干擾閱讀。

03. 站在使用者的角度想像他們如何把玩平板裝置，不管他們是拿直的或橫的

與其他電子載具最大的不同，iPad可以完美的在垂直或水平方向運作。

任何一個layout都會有一個最自然的、最適合閱讀的排版方向，但設計師必須克服使用者意想不到的使用。

開發者必須適應這項特點，甚至轉劣勢為優勢。

iPhone的APP layout設計可以只做一個方向(通常是垂直的)，但iPad除了特殊因素，必須設計直橫兩個方位。

04. 注意使用者姿勢

在網路上閱讀電子雜誌總讓人覺得彆扭，因為過程無法自然的讓螢幕傾斜，且總有個鍵盤卡在你和螢幕之間。

但iPad可以模擬傳統印刷品。當我們後仰靠坐時，身體會呈現放鬆的狀態，而使用者也將會用不同的姿勢去操作iPad。

可以試想目標使用者是要，坐著、站著、放著、躺著使用iPad。

他是左撇子?病人、老人、兒童?

如果病人他可能會躺著。

如果是學童，他會將iPad放在書桌上，畢竟他必須看著老師聽課。

05. 透過圖像增加內涵

內容為王，而圖像更是王中之王。

iPad提供你一個全新的遊樂場，讓你恣意探索圖像的應用。

合成、移動，加入文字、音效、影像、動畫、特效與互動等。

請幫圖像開啟新可能性。

看來，未來的小朋友看不了多少文字了….

06. 別讓食指和拇指太忙

很明顯，iPad是一個觸控裝置，但也意味著你不能讓元件排的太靠近，元件本身也不能太小。

Apple建議的最小的互動元件(iPad)是44px\*44px，請記得調整你排版中的元件。

但是設計師會說，按鈕太大很醜，對吧! (但也不能給我小到很難按啊…)

況且地圖中隨機出現的大頭針(pin)，也很難控制他的出現位置。

此時還是要透過食指和拇指放大畫面。

這個盡力就好。

07. 採納新手勢的可能性

或許iPad最重要的設計在於從傳統點擊轉移到直接互動。

iPad將人機互動轉化成手勢(gesture)操作，這將花你一些時間去探索其應用，那就放膽去探索吧!

這點應該是遊戲設計比較有機會玩，資訊型APP還是要以解決使用者問題為目標。

08. 要有親和力

探索手勢(gesture)與互動的是刺激且有趣的，當前應用程式(app)的操作已經給予使用者親切感，並習慣其操作。

猛然的改變使用者習慣的操作方式，只能取悅一小搓的人。

跟著Apple目前的內建APP UI設計是最安全的，特別是以資訊型APP而言。

09. 瞄準草食動物(grazers)

或許看起來很像，但iPad絕對不是大支的iPhone，雙方之間有著根本上的不同。

iPhone的單支app平均操作時間只有30秒，iPad操作時間則長許多。

iPhone使用者只是吃個點心，iPad使用者則習慣細嚼慢嚥(graze)。

寫這一點的專家是詩人吧….><!

雖然可以想見時間差異，但還是想看到相關論文報告。iPad的平均使用時間呢?不同種類的APP使用時間呢?

10. 準備轉移陣地

近期Apple與Adobe之間的門，被形容不只是鎖上，簡直是被用磚頭封閉。

不管理由為何，這表示以最簡單方式產出，可在任何機器運作的互動內容需求，是存在的。

可以達到(取代)這些(ex.Flash)效果的新技術即將被運用在iPad上。

目前已有相關開發平台出現，做一套就可以多種平台通吃。

況且Adobe會束手就擒嗎?當然不會啊，兄弟~

不過要特別注意的是，iOS和Android的UI不能混用，除非是想搞笑，或是想讓Android的使用者體驗一下iOS的UI美感。

11. 留意技術變換對視覺設計造成的影響

網頁設計師將體驗到HTML5的重要性，它影響並改變了網頁設計標準，而使用蘋果原生技術(iOS)所開發的app，視覺上也受到了內建規格的影響。

毫無疑問的，視覺美感在排版上，將受到技術變換所影響。

這對設計師而言頗頭痛…

Android的UI也有Honeycomb、Gingerbread等版本。

萬一之後來個百家爭鳴，那到底要設計哪種UI Flow、UI風格?

以不變應萬變，頂多不便….也要看業主是否手頭方便。

12. 擁有生產製作管道

VIVmag's在iPad推出的app，顯示出iPad的編輯，相對傳統編輯工作，更趨近於遊戲開發公司。

有許多面向的技術，可以加進app的製作，產出更新更有趣的應用產品。

他說的就是這個:

13. 尋找有內容產出能力的夥伴

自從CD光碟盜版以降，內容供應者等待像iPad這樣載具已久。

現在他們有了新的破口噴出，他們將會需要有天分的設計師來幫忙。

預見將會有一股新的淘金熱潮。

Business Model尚待建立，誰先出線就稱雄。

14. 光有創意是不夠的

iPad擁有如此豐富的應用潛力，光有個好點子是遠遠不足的。

若沒有內容為後盾，空想點子是無法配的上iPad的好武藝的。

別被察覺了!(沒有內容)

內容為王! 內容為王! 內容為王!

軍師的創意只是輔佐!!!

15. 打上品牌增加識別

在iPhone上很難找到安置品牌的空間且又不打擾使用者經驗。

iPad不僅有足夠的空間加強品牌印象，還可以透過彈出式功能選項，避免影響你的UI。

切身經驗的確是這樣沒錯。比方iPhone左上角就不能放Logo，因為要放”上一層”的按鈕。

16. 適應新標準

新標準正因iPad而演化，而它必須被採納。

舉個簡單的例子，換頁。

Apple的eRedaer透過手指翻頁或重複點擊，來呈現左至右的翻頁動作。

若你的App翻頁動作是由下往上，會讓人有錯誤的感覺。

原本覺得上下翻應該還好，前幾天下到一隻小說的APP，就是上下翻，的確會有使用困擾，整隻APP有粗糙濫製之感。

17. 小心的侍候客戶

有些客戶會想塞滿App內的任何一個空間，卻不管內容是否和他的業務相關。

設計過程必須篩選適合放在該載體的訊息，否則就是等著出局。

客戶的心態可能是，花這麼多錢做一隻APP當然要多塞一點東西，多加點功能、圖片，最好使用者一開iPad就只開客戶的App。

問題是，那是不可能的。App有很強的功能性，解決使用者的需求才是王道。

黏度與再用率會因為不同功能不同訴求的APP而有所不同。

好比說，有哪一隻成功的App是多功能的?

18. 設想當iPad被用於戶外

雖然在使用者習慣帶著iPad外出使用之前，會花上一點時間，但它終將發生。

屆時，定位服務App將有爆發性成長。可以想像一下21世紀的旅遊指南App。

我想這男的單純只是想跟比基尼美女搭訕而已….

19. 先複製網頁

雖然Safari在iPad上看似落伍的瀏覽模式，但它目前仍是使用者最習慣的方法。

如果你的內容需要被清楚了解，先使用Safari預設模式是個好方法。

至少將Safari的設計當成備案。

記住沒有人喜歡所使用的裝置比他們更"聰明"。

我還真是不知道這是什麼意思?意思是UI先抄Safari嗎?

做個上下頁的鈕，留個搜尋Bar?

20. 閱讀手冊

目前這個時間點，僅有一個資源(手冊)告訴我們哪些可以做、那些不該做。

而這個手冊來源當然是Apple。

這個手冊文件內容既深且廣，且iPad又是Apple所長期研發的，目前就先相信他的判斷吧!

這裡可以找到manual

<http://developer.apple.com/ipad/sdk/>

21. 重點是使用者，不是設計師

不可否認的iPad內容設計給予設計師相當的挑戰與回饋，但不應該本末倒置。

最終的情形是使用者和他們的iPad共同完成一項工作，或者自得其樂。

重點不是你這位設計師，而是使用者。

這裡的設計師是，企劃、設計師、工程師，還有客戶。

22. 別忘了EPUB

iPad整合了EPUB進入它的電子閱讀項目。

縱使目前的EPUB依然著重在純文字基礎應用，但它將演化出對閱讀者更有趣的應用。

EPUB與PDF是目前電子書的熱門格式。

23. 讓使用者與設計互動

要讓設計師放手是很難的。

"改變"民眾手上的載具內容設計，最終的設計觀點為何?

設計要有一種不僅只是原創，且要注重使用者體驗的"改變"。

比方，文字、圖片流，你會找到方法的。

不是Insider看這段會霧煞煞，當然也是我翻的不好。

我想他說的是，不要為了酷炫而做出酷炫的UI，選單真的要做成圓形?真有需要3D嗎?文字要飛來飛去嗎?

24. 勇於挑戰讓你與眾不同

讓雜誌與文宣與眾不同的點在於媒材的使用。

比方，燙金文字、刀模切版，或是昂貴紙張的使用。

iPad也是相同的道理。

對編排工作必須有自信和天分去做出正確決策。

數位匯流可以玩的很多，動態、音樂、影像，但還是要回到”設計”。

什麼是好設計的基本道理是不變的。

25. 透過迴響評估效益

你可以在星期一產出影片、星期二製作動畫、星期三製作互動圖片，但你必須思考永續性。

你可以保持這樣的排程下去嗎?人們希望你繼續下去嗎?

早期的回饋可以使你評估是否繼續投入。

還可以透過下載率看是否繼續撩下去，但總是自己的孩子啊~(嘆氣)

使用者回饋也是做版本更新的依據。

26. 細想資訊設計

仔細的考慮資訊設計。

在網路上人們對所尋找資訊結構的要求相當精準，這也是他們為何搜尋。

如果iPad的使用者除了愉悅的體驗，並想透過不同的方法搜尋資訊。

設計就必須加以呈現。

這就讓人想起Flipboard，將資訊歸納成舒服排版。

以及Zite，將使用者偏好納入資訊採礦篩選。

27. 尺寸限制是新的頁數限制

iPad的硬體資源並非無限。

iPad容量尺寸限制將是設計師要評估的新頁數限制(相對於紙本)。

有些使用者樂於下載大尺寸的檔案，但其他人並不樂意。

你必須找到適合商品的平衡點。

同理可證於付費產品的成本價值與內容品質。

影片大小是比較需要注意的，當然圖片爆多的APP也是重量驚人。

28. 將廣告納入夥伴

廣告將會是iPad開發中的重要角色，但它必須被適當配置，如同內容本身。

飛入式廣告banner在web上常讓使用者覺得礙眼;僅是將其移植到iPad上也是行不通的。

你必須和廣告夥伴合作並將整合性納入考量。

iAD是Apple的廣告嵌入模組，免費APP常會出現廣告，說真的很礙眼。

29. 下次會更好

iPad是如此新穎的難以定義何為對錯，所以別害怕失敗而裹足不前。

該來的總會來。秘訣是從中學習並改進，將經驗用於下一次的作品，或是下下一次。

這放諸四海皆準。

30. 當心版權問題

Apple相當的注重侵權問題，使用屬於Apple的icon、圖片或是其他元素，將會馬上被App Store下架。

動畫、音樂等版權物也在保護範圍內。

版權問題是deadline(送審)之前你必須當心的。

對於以上這點，我目前強烈的表示質疑!!

這是2011年1月8號的新聞”[蘋果公司盜版作品 九把刀罵幹](http://tw.nextmedia.com/applenews/article/art_id/33096950/IssueID/20110108" \t "_blank)”

但目前為止(2011/2/24)還是可以在APP Store下載到”免費”的”九把刀大全集”

還是說，目前Apple只保護自己的版權。