

情绪的应用



2014
User Friendly

YOUKU 优酷

甘露



超清



YOUKU
优酷

情绪是什么？

情绪，是用户体验旅程中关键节点或者整体的情感表达，是可追述和结构化的情感体现。



焦虑

遗憾

绝望

快乐

幸福

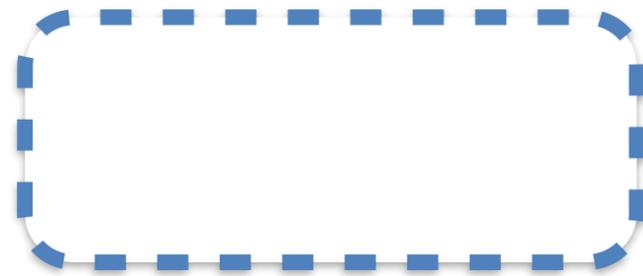
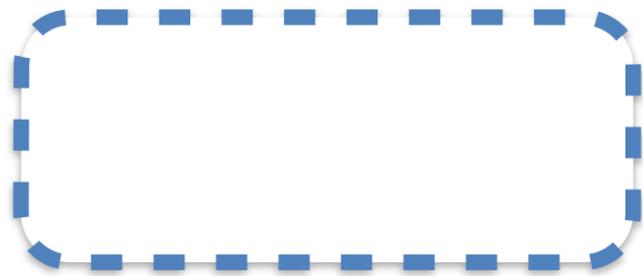
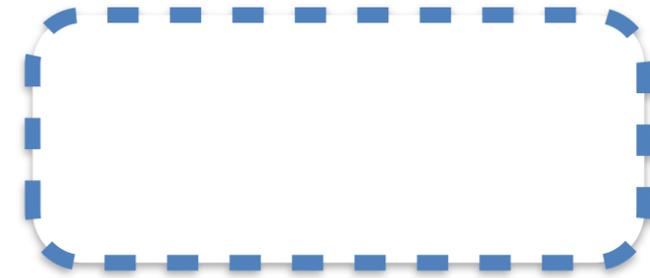
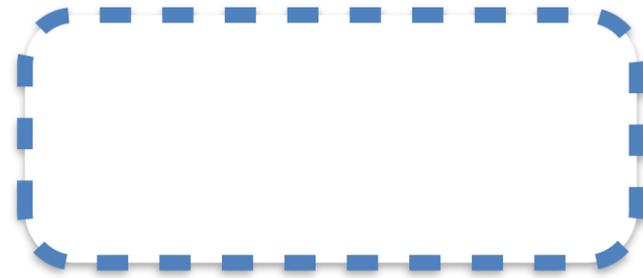
.....



User Friendly 2014

YOUKU 优酷

焦虑



.....



User Friendly 2014

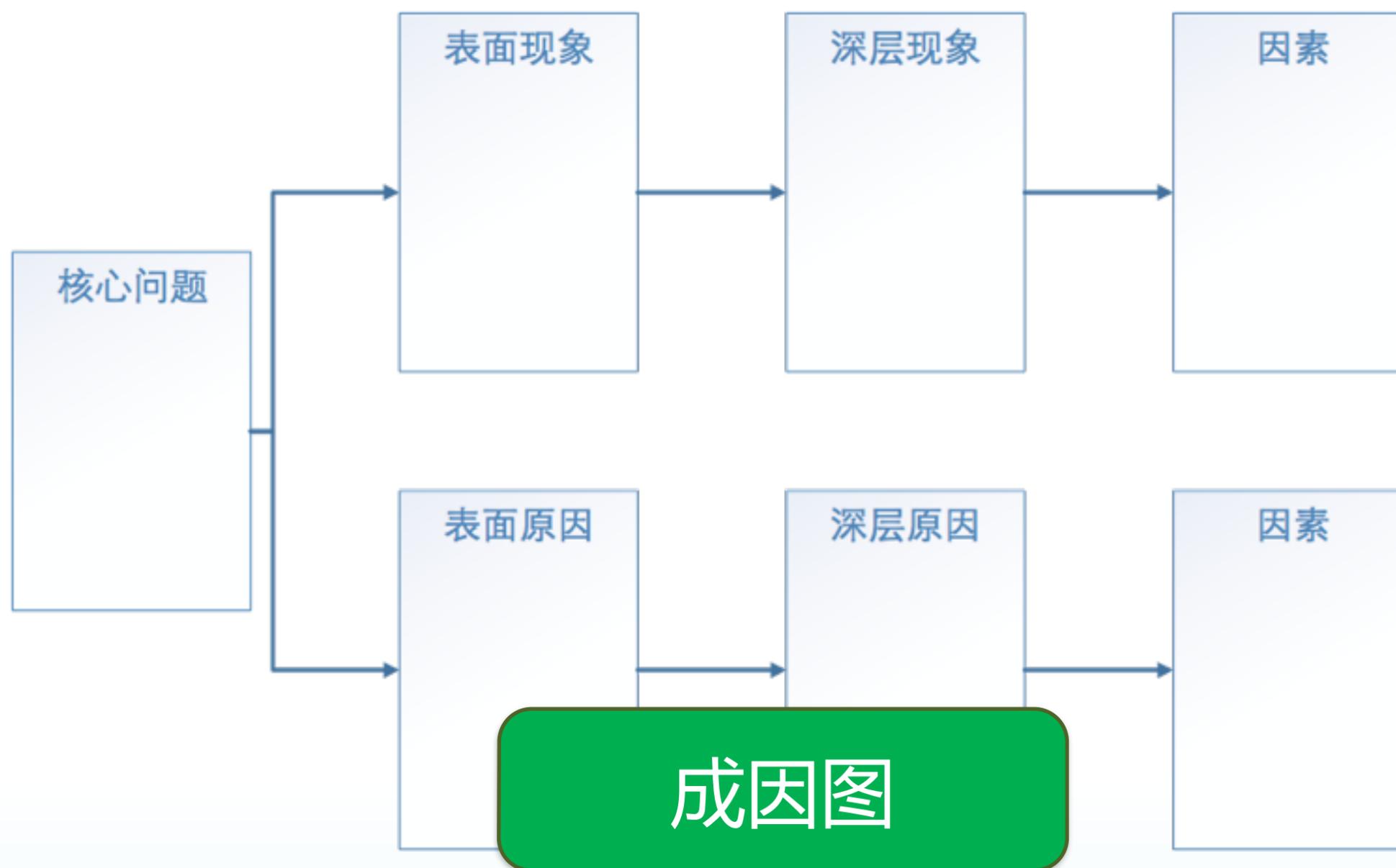
YOUKU 优酷

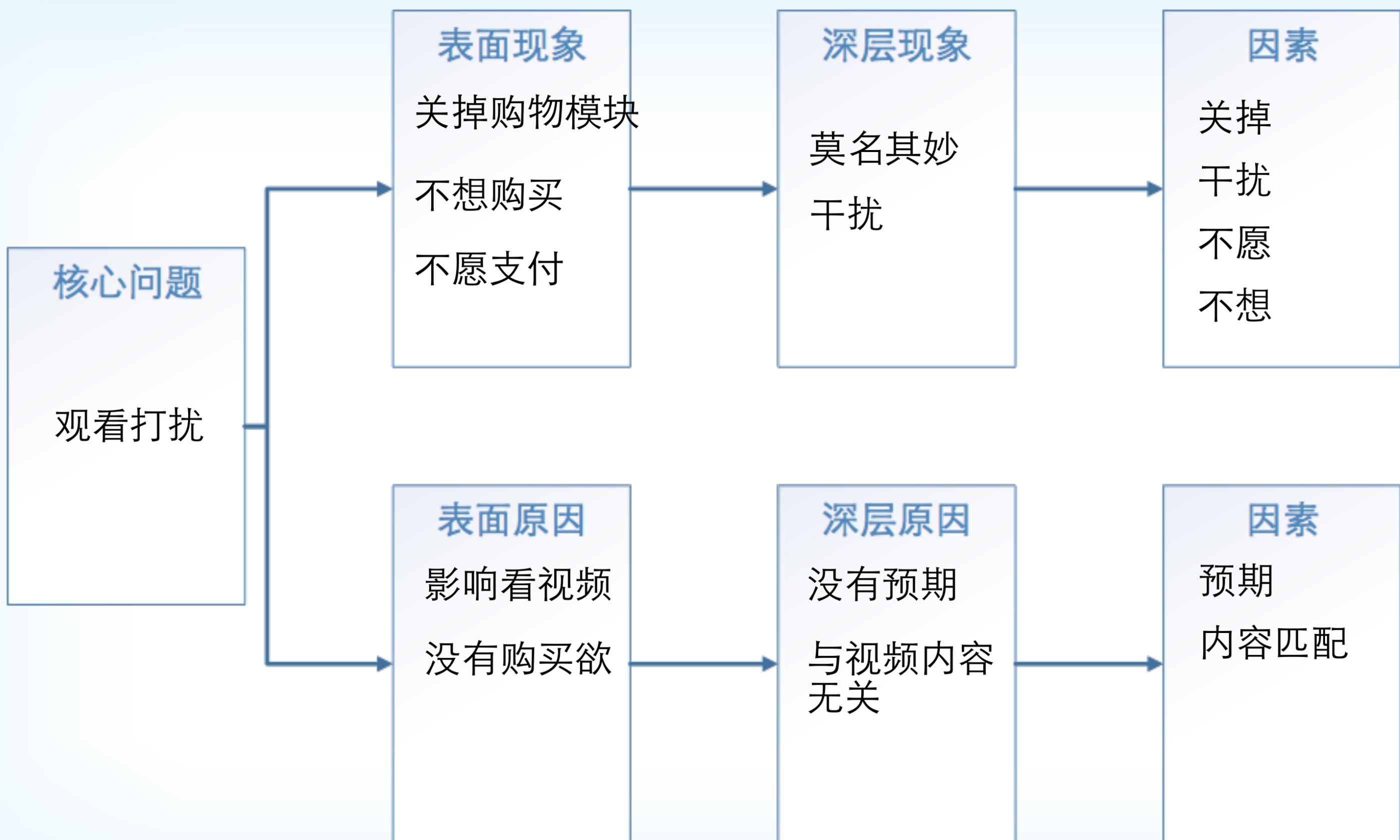
几个核心关键问题

- 观看打扰
- 购买时的冲动
- 支付心态
-



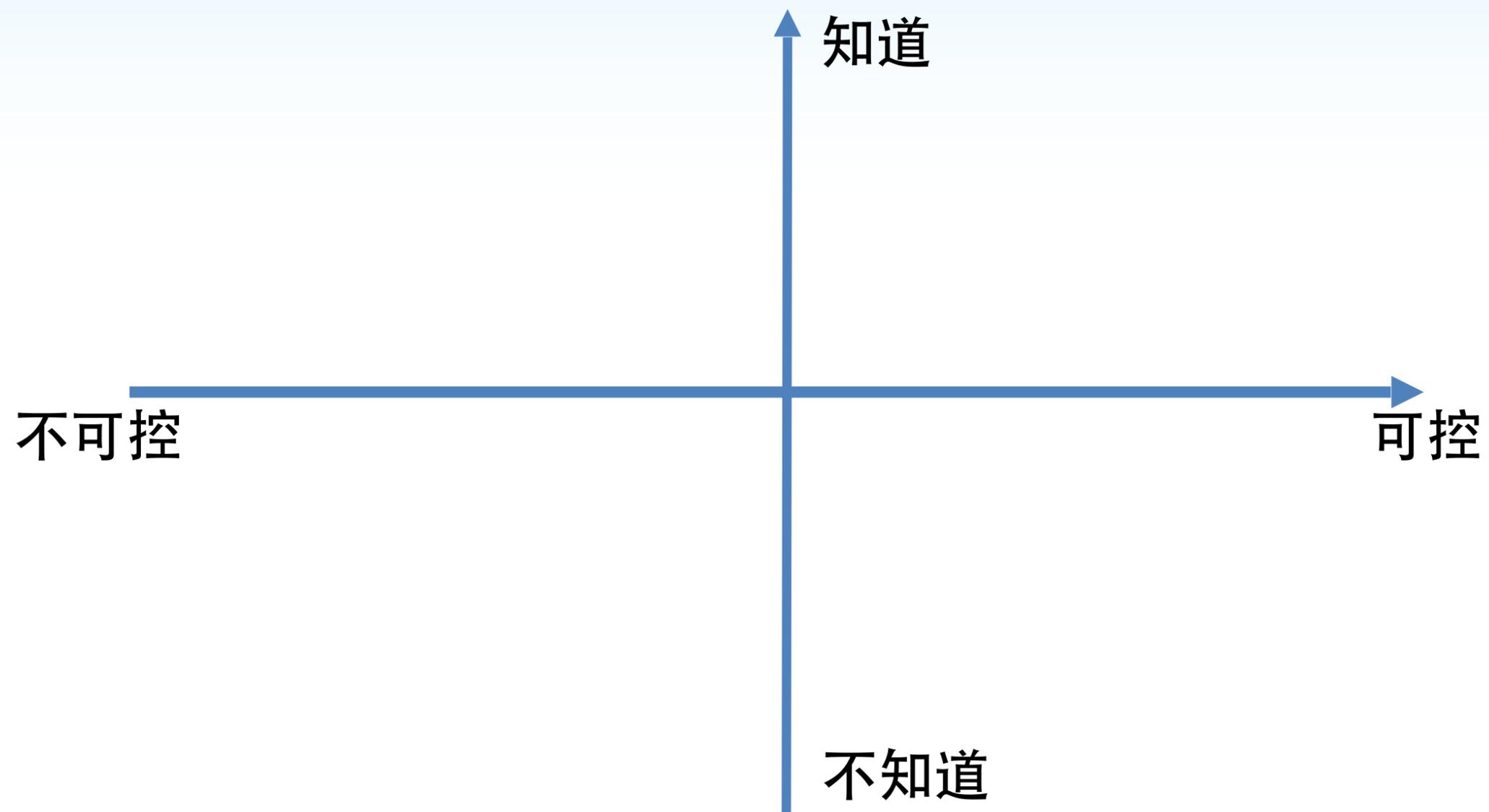
找到每个核心问题的靠谱关键词





焦虑 = 不知道的 + 不可控的

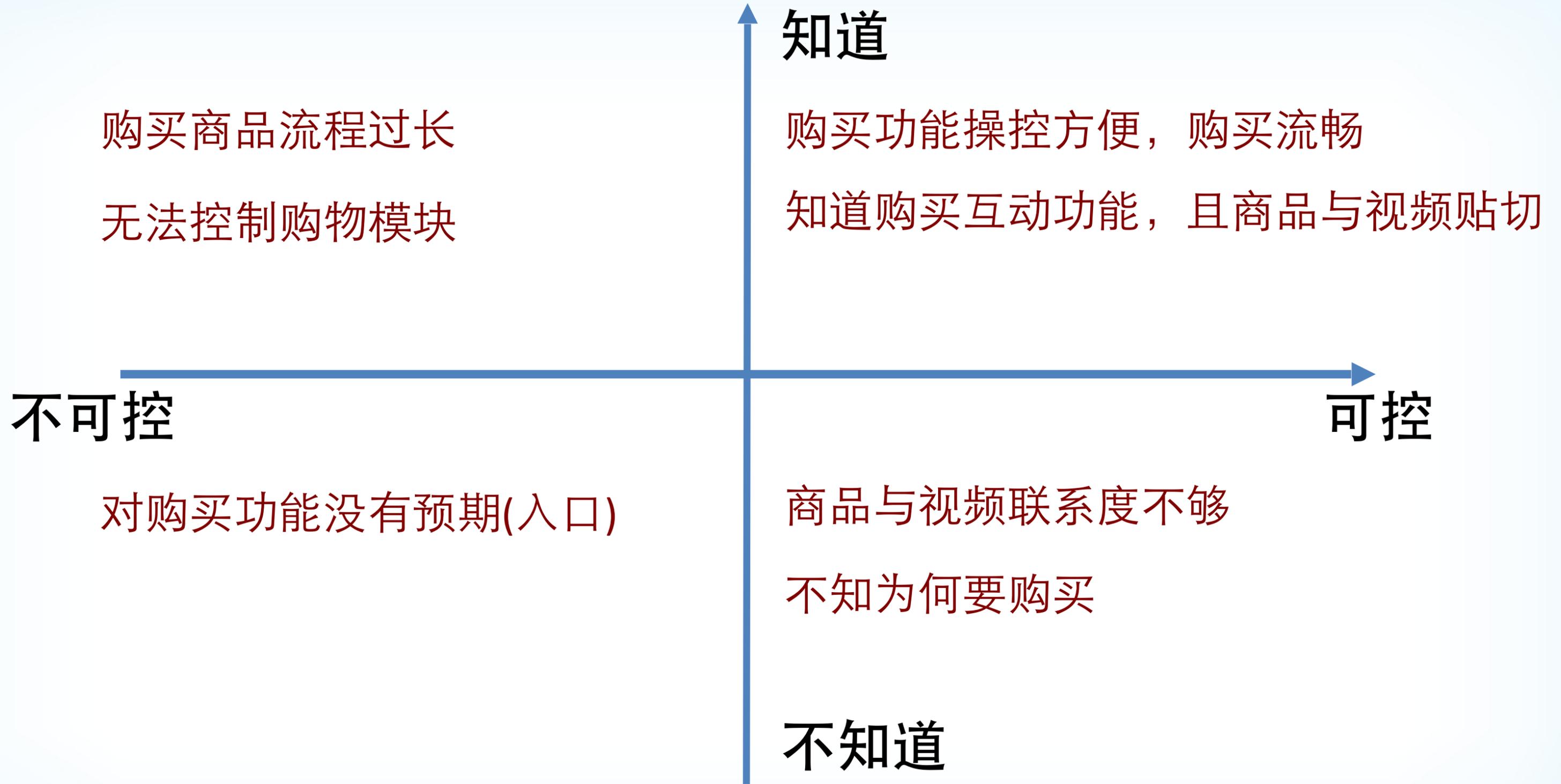


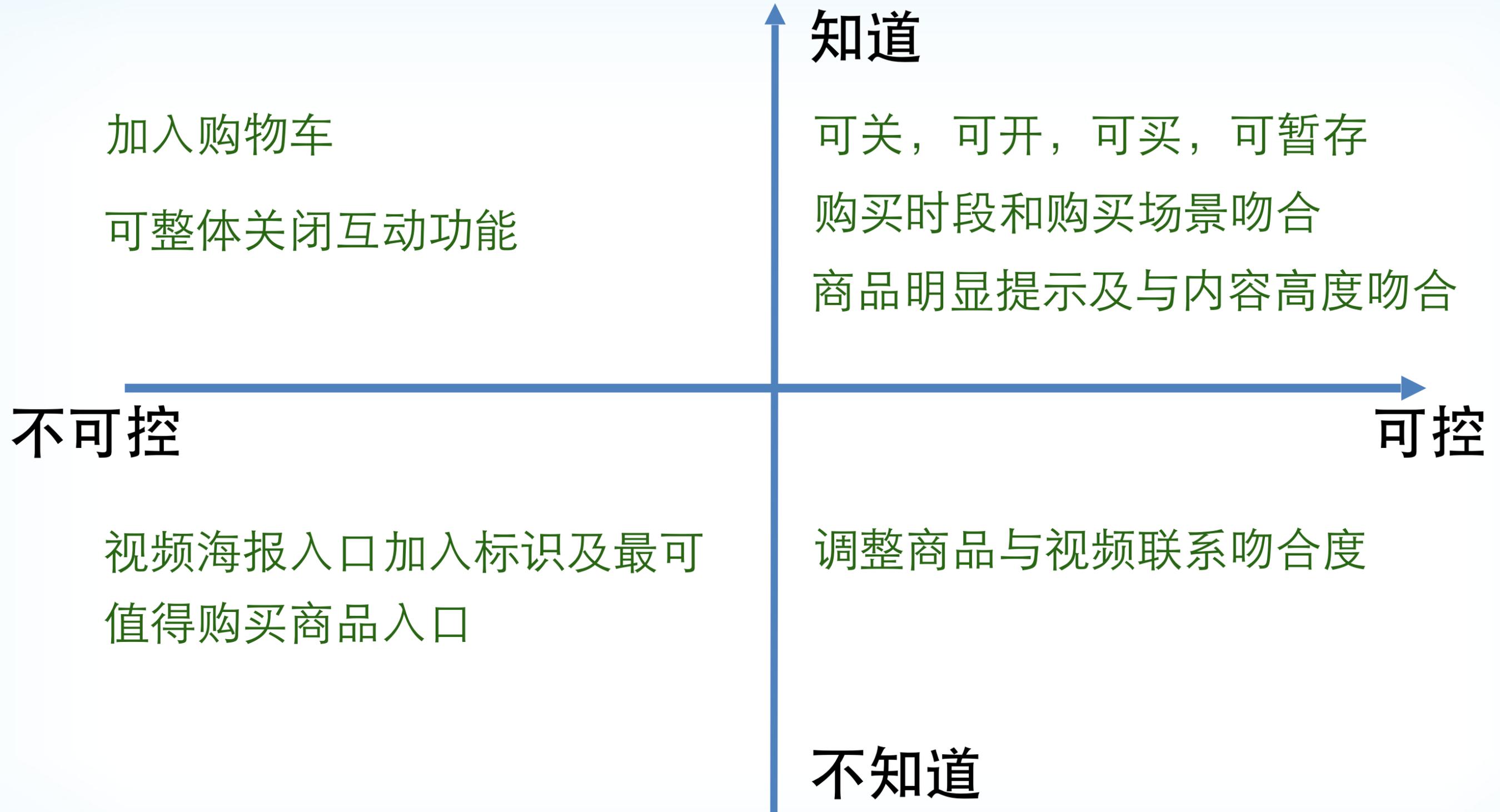


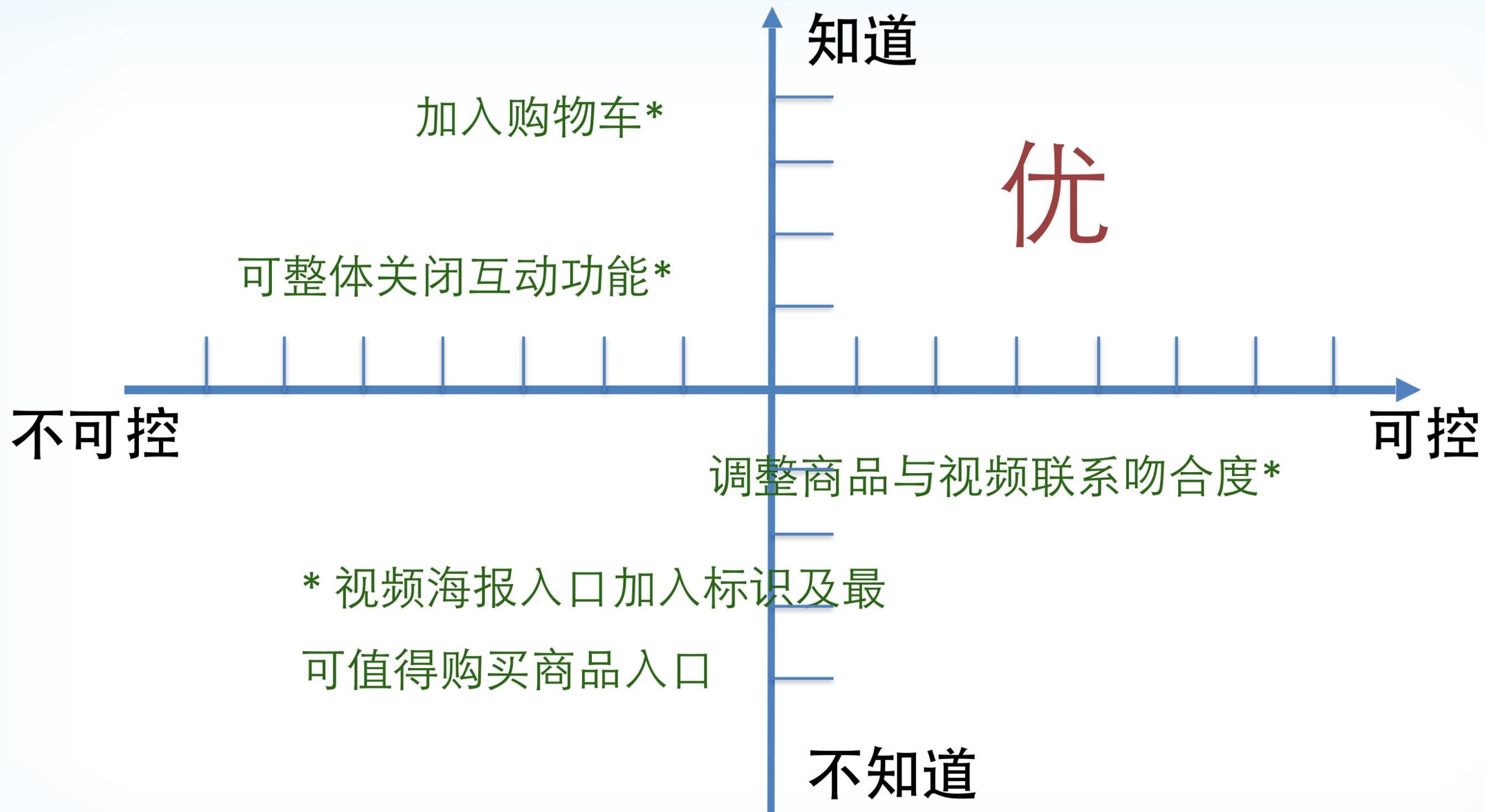
什么是“知道”？知道购物节点，行为或功能；清楚商品和内容(线上或线下)的关联；

什么是“可控”？可以控制购物模块，可以随意挑选不同时间段的商品，可以顺利购买；







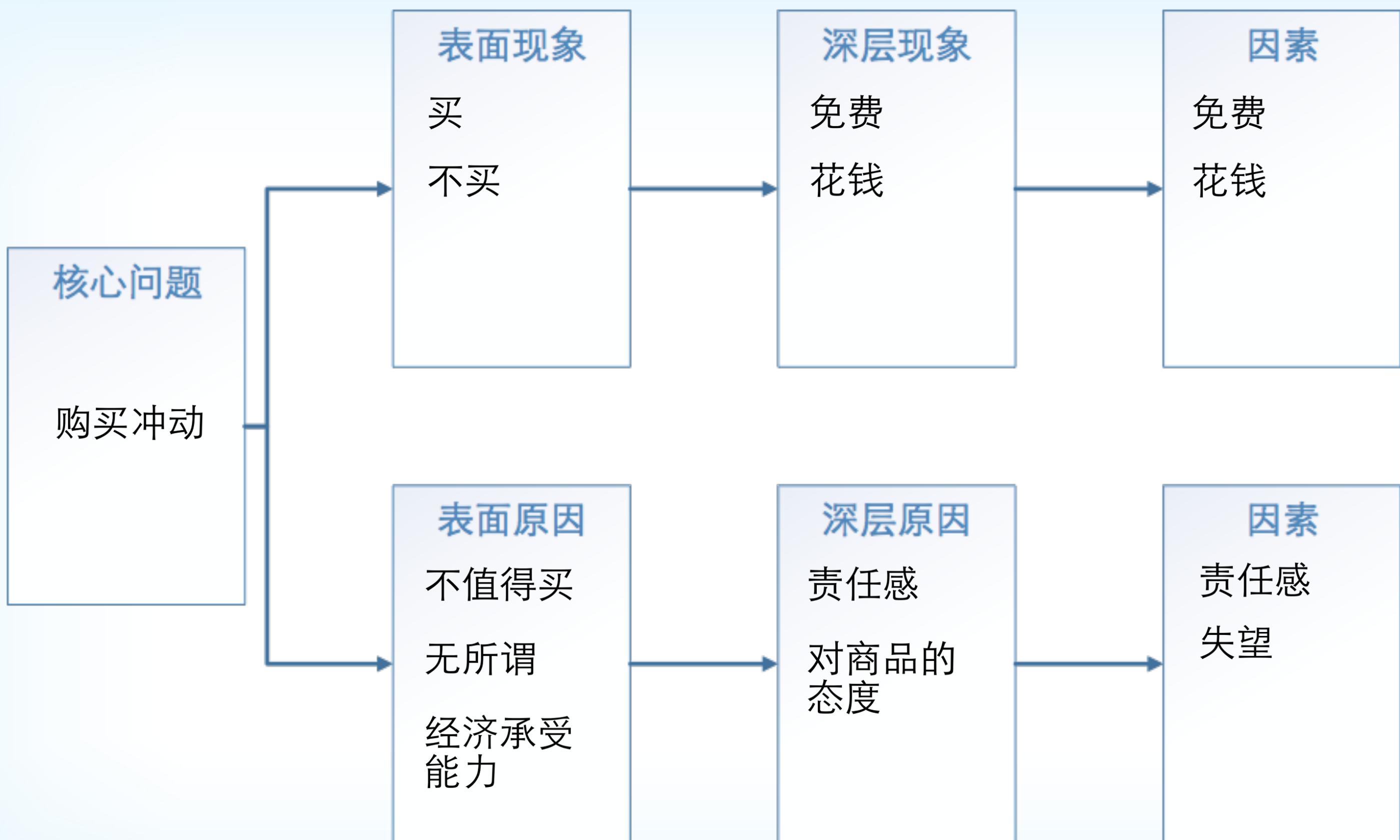


* 视频海报入口加入标识及最
可值得购买商品入口



User Friendly 2014

YOUKU 优酷

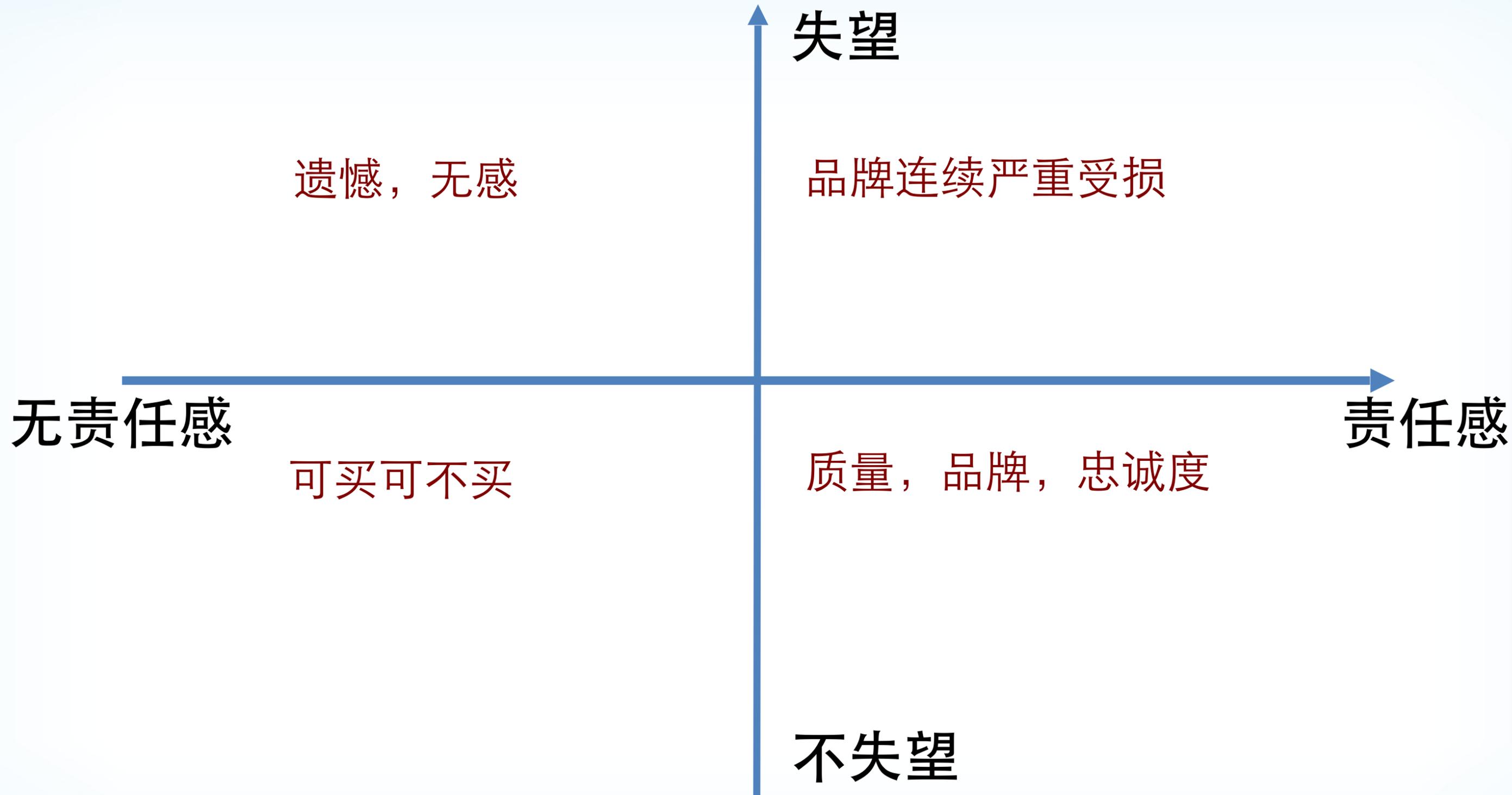


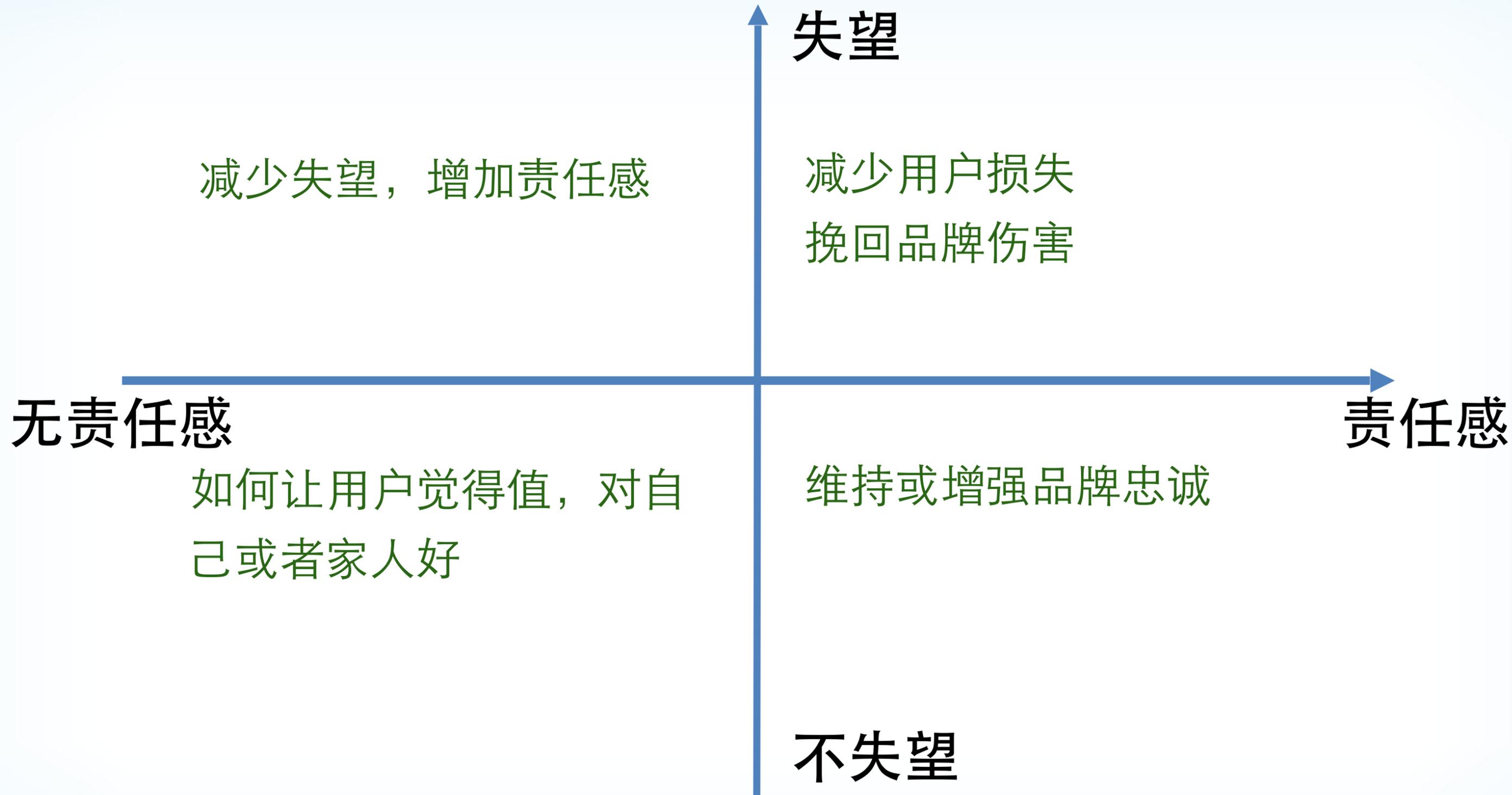


什么是“失望”：对品牌的失望和态度，对商品的失望和态度，价格的失望和态度.....

什么是“责任感”：对生活 and 家人的责任感，对自己照顾的责任感.....









物极必反的现象适用于所有情绪中



User Friendly 2014

YOUKU 优酷

- 快乐=资源-压力
- 绝望=苦难-意义
- 幸福=实践-欲望
- 焦虑=不知道+不可控
- 遗憾=失望+责任感

.....



•情绪问题界定

- 
- A. 要解决的情绪问题是什么？为何重要？
 - B. 这个情绪问题是谁的问题？
 - C. 那些因素影响或者造成了这个情绪问题？
 - D. 你如何证明这个情绪问题值得投入？
 - E. 你能以其他方式思考这个情绪问题吗？是否能重构？



练习

利用以上的方法把情绪结构化，同时找到调整情绪的出口，分别阐述各个出口的调整方法，如果可以简单画出调整的框线图。

