



移动网站的设计原则： 取悦用户并促成转化

Google™

目录

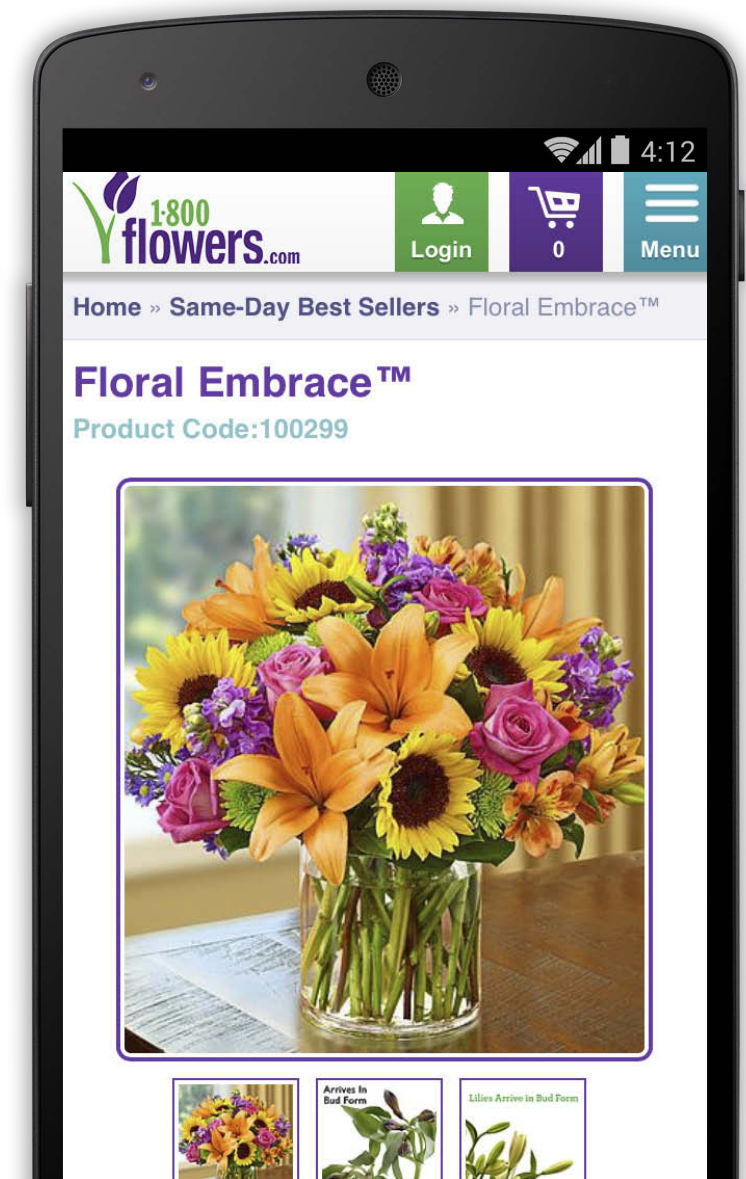
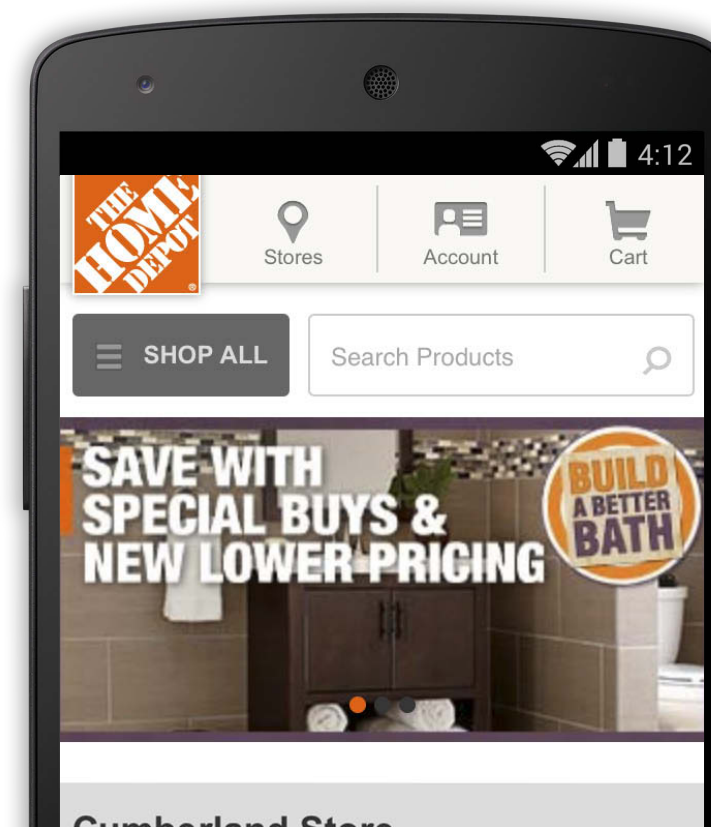
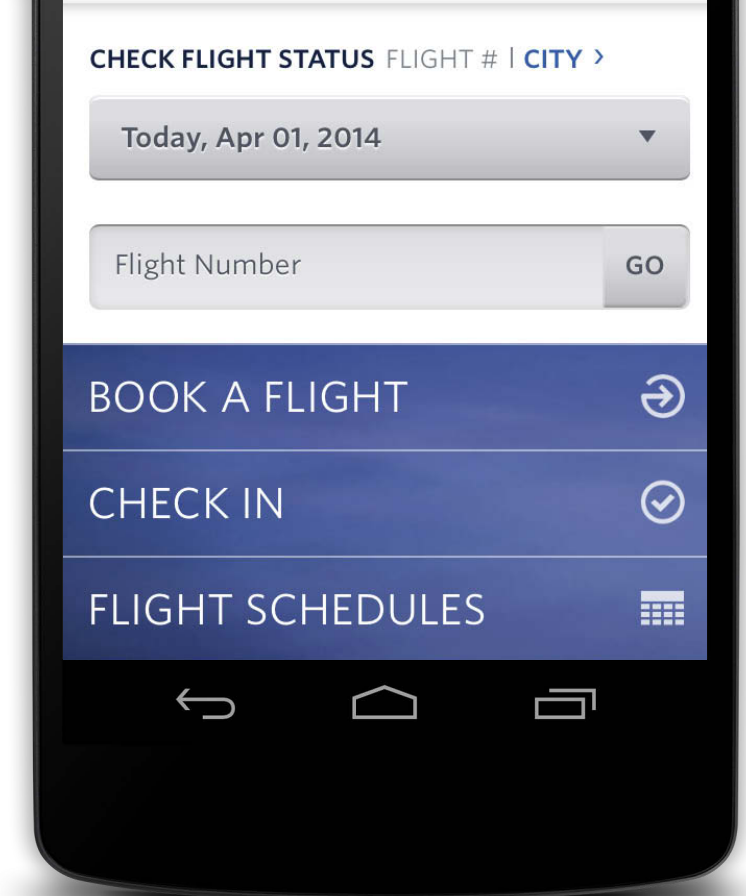
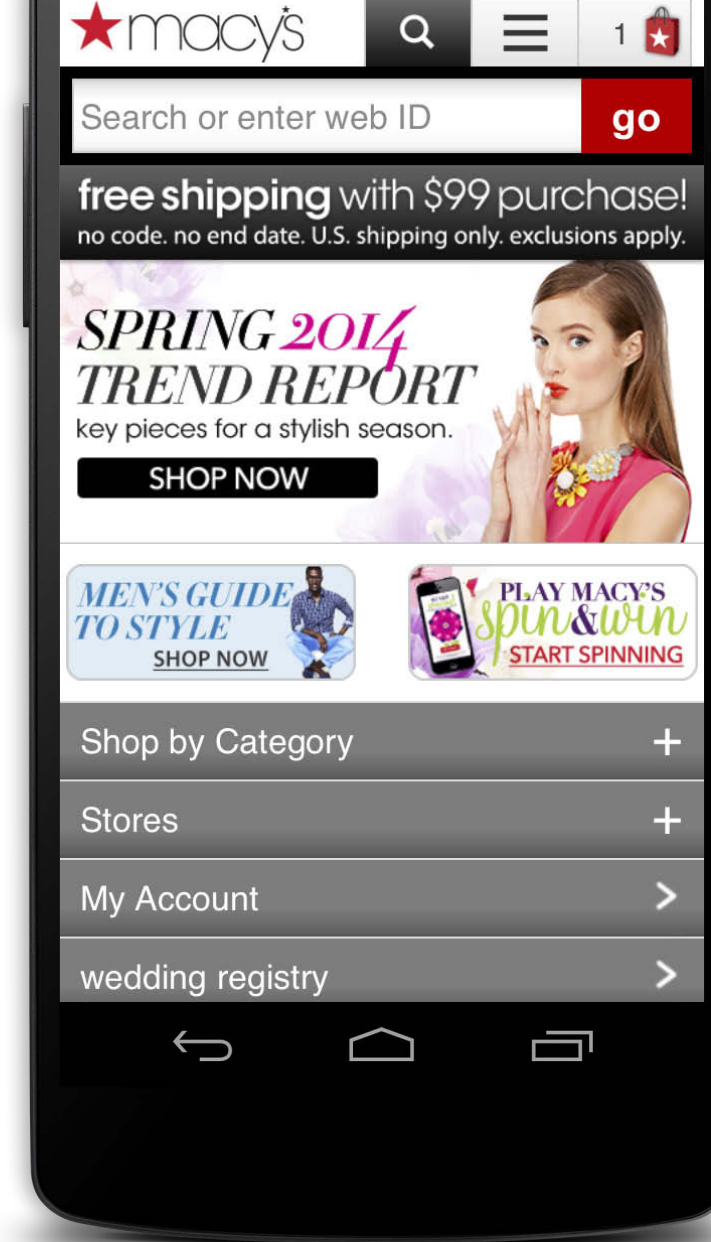
● 简介	03
● 调研方法	04
● 首页和网站导航	05
● 网站搜索	11
● 商务和转化	17
● 表单填写	24
● 易用性和表单因素	31
● 技术上的注意事项	40

简介

在调查和发现的过程中消费者越来越依赖移动网络，因而在移动网络中进行有效的宣传对企业来讲也比以前更加重要。然而，怎样才能构建高品质的移动网站呢？

为了回答这个问题，Google和AnswerLab开展了一次调研，旨在了解一部分用户是如何与各种移动网站进行互动的。

我们的目标：
总结移动网站设计方面 的最佳做法。



调研方法

- 
- 🔍 本次调研历时119个小时，来自芝加哥和旧金山的参与者亲自体验了各网站的实用性。
 - 🔍 参与者按要求在自己的手机上执行一些重要任务。这些参与者中既有Android用户，也有iOS用户。
 - 🔍 对于每个网站，我们要求参与者完成一些与转化相关的任务，例如完成购买、进行预订或研究产品套餐/价格。参与者需在执行任务时大声说出自己的想法，并对每个网站的体验进行评级。
 - 🔍 研究人员还会根据网站体验、任务完成情况、发现的错误/网站问题的严重程度提供评级。

调研的结果揭示了**25条移动网站的设计原则**，我们将这些原则归纳为5部分：

- 首页和网站导航
- 网站搜索
- 商务和转化
- 表单填写
- 易用性和表单因素

对于每条原则，我们都会提供我们通过此次调研得出的洞见、网站设计的要点提示，以及来自一流网站的示例插图。

要点提示



所有这些部分都有一个共同的指导思想：移动用户通常具有明确的目标，他们希望能够轻松、快速、自如地从移动网站获得自己想要的信息。要确保移动网站取得成功，网站设计必须以用户的环境和需求为出发点，同时确保网站内容的丰富性。



首页和网站导航



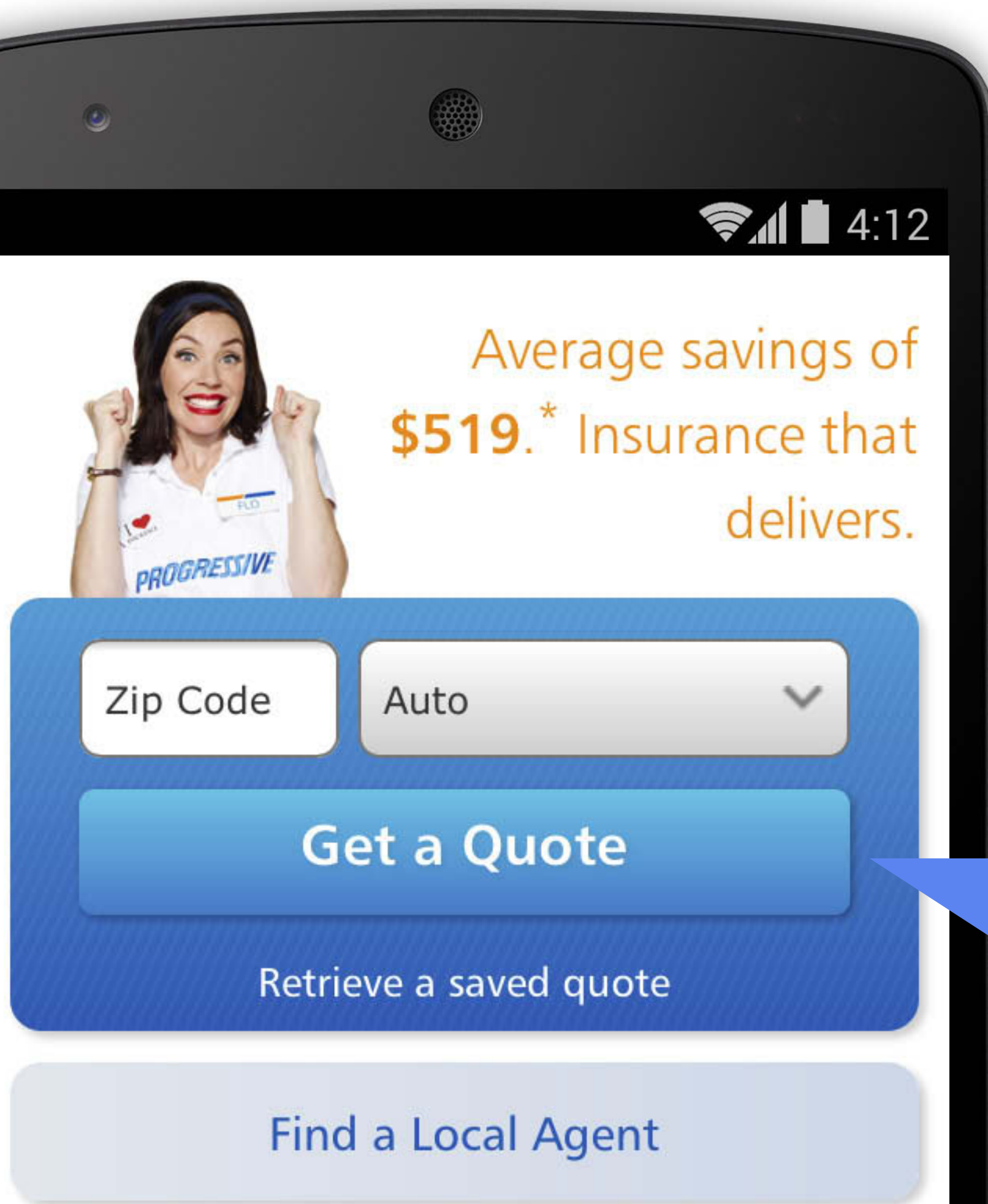
桌面版首页通常集欢迎页、消息中心和促销空间于一身，但移动版首页应注重将用户与他们正在查找的内容联系起来。在本部分中，我们要探讨的原则就是如何构建能够让用户快速找到所需内容的移动版首页。

原则

- 1 将号召性用语放在明显的位置
- 2 菜单要简短而亲切
- 3 可以轻松返回首页
- 4 不要让促销信息抢了风头

1.将号召性用语放在明显的位置

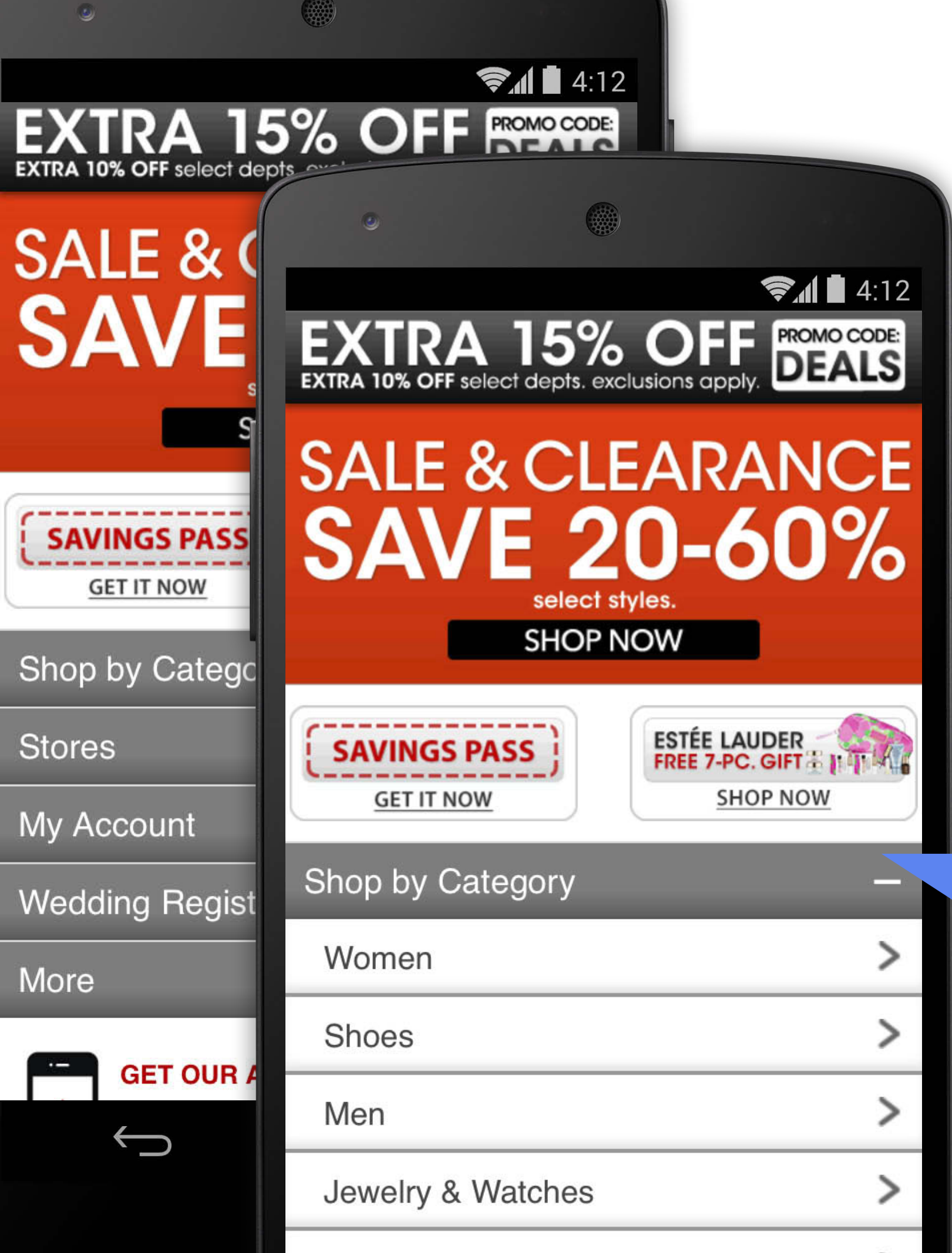
移动用户很容易忽略菜单项，因此务必将您的关键号召性用语放在用户容易看到的明显位置。调研参与者表示，在网页主体中清楚显示主要号召性用语、而将次要操作放在菜单或非首屏中的网站上最容易完成任务。移动版的号召性用语可能不同于桌面版，因此当您决定放置位置时，请站在用户的角度思考。



要点提示

请将主要号召性用语放在网站中最突出的位置。

来自Progressive移动网站的示例。



2.菜单要简短而亲切

对于桌面版网站，丰富的菜单可能会有很好的效果，但移动用户可能没有耐心去滚动长长的选项列表并尝试从中找出自己想要的。请考虑如何尽可能减少菜单项，例如一家大型百货公司精炼了其移动网站上的产品类别，为调研参与者呈现出一个比桌面版简短、意义更明确的列表。

要点提示

类别鲜明的简短菜单让移动访问者更容易进行导航。

来自Macy's移动网站的示例。

3.可以轻松返回首页

移动用户在浏览您的网站时，他们希望轻轻松松就能回到首页。在本次调研中，参与者大多希望通过点按页面顶部的徽标返回网站首页。如果这一操作不奏效，他们就会很失望。

要点提示

让徽标充当返回首页的导航按钮。





LAS VEGAS

PARIS

SALE

VENICE

4.不要让促销信息抢了风头

促销信息和广告可能会干扰旁边的内容，导致用户难以完成任务。参与者在访问某公司的移动网站时，其中的大型促销横幅分散了他们的注意力，导致他们没有找到横幅下方的导航按钮，进而难以详细了解该公司提供的产品。

要点提示



确保促销信息不会妨碍用户导航，并且与号召性用语明显区分开。

对于应用中的促销信息，参与者更喜欢能够轻松消除的横幅，不太喜欢大的插页式广告。

示例屏幕为示意图，仅供参考。



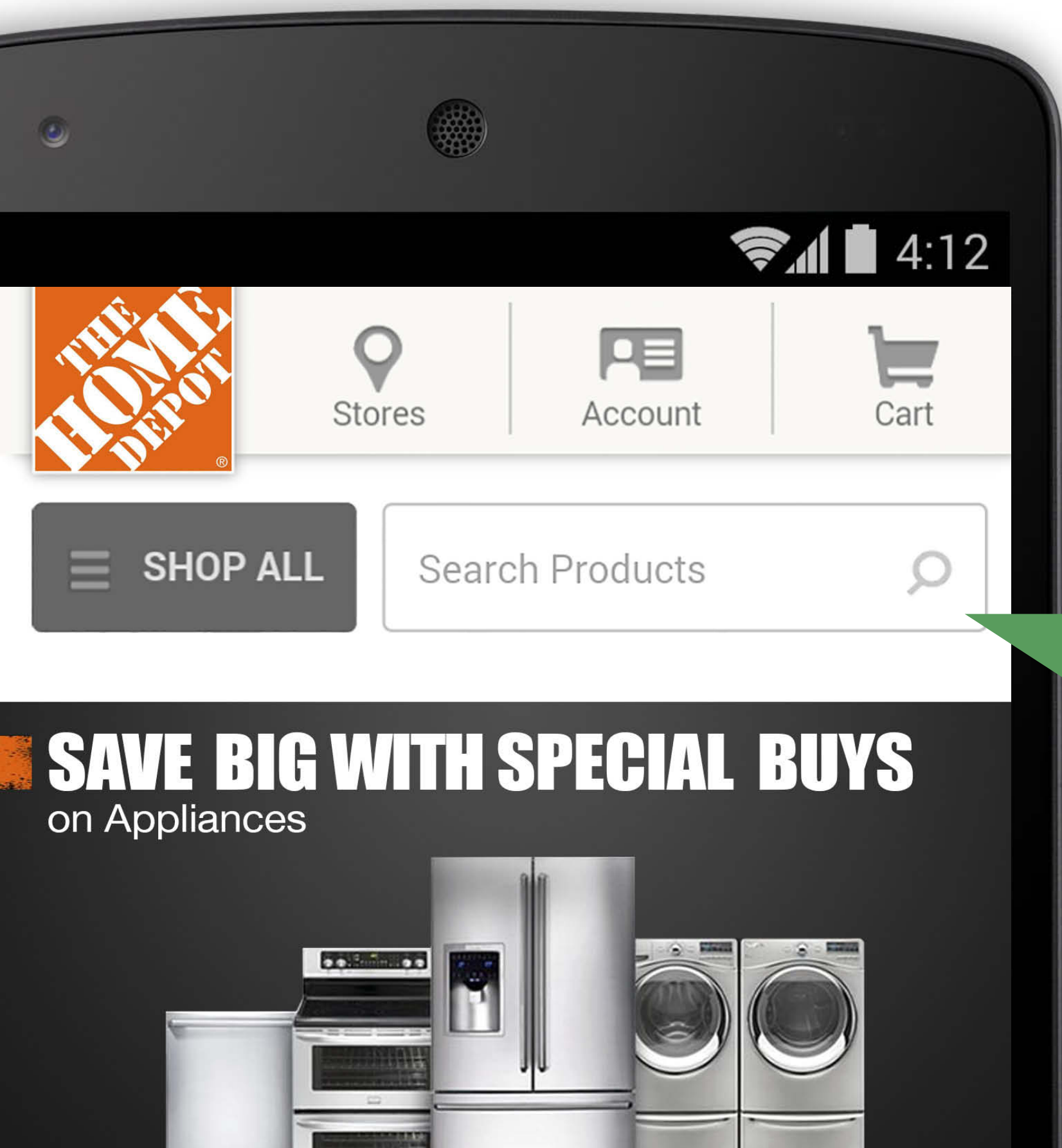
网站搜索



要让移动用户快速找到自己需要的内容，网站搜索至关重要。本部分提供可帮助您最大限度提高网站搜索功能价值的提示。

原则

- 5 让网站搜索显而易见
- 6 确保网站搜索结果的相关性
- 7 提供过滤器以提高网站搜索的易用性
- 8 引导用户找到更优质的网站搜索结果



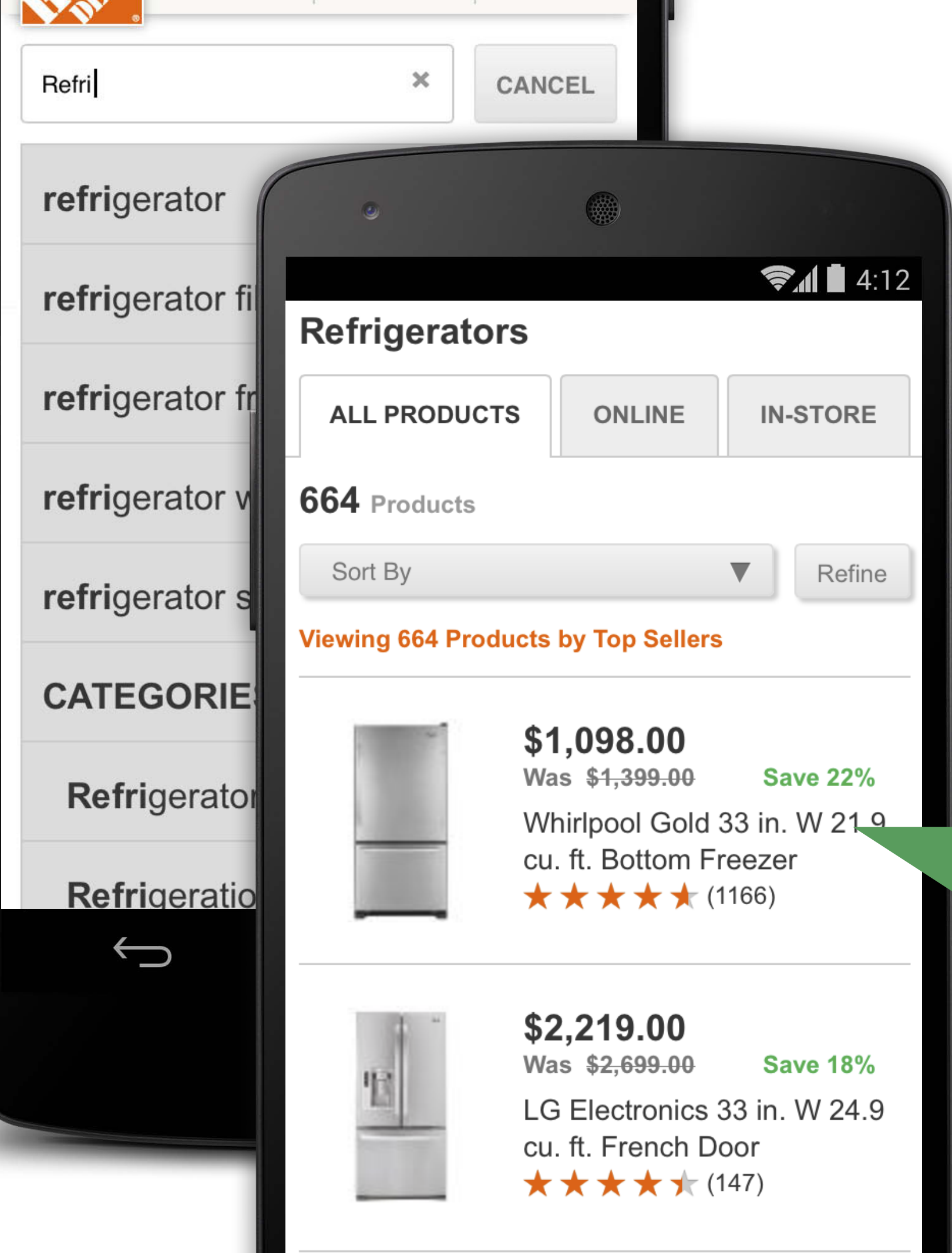
5.让网站搜索显而易见

要寻找特定信息的用户通常更愿意使用搜索，因此搜索应该是移动用户在您网站上首先看到的功能之一。在本次调研中，参与者对位于页面顶部、显而易见的开放性文字搜索框的反响最好。

要点提示

将网站搜索放在首页顶部附近，使用开放性的文本字段。

来自The Home Depot移动网站的示例。



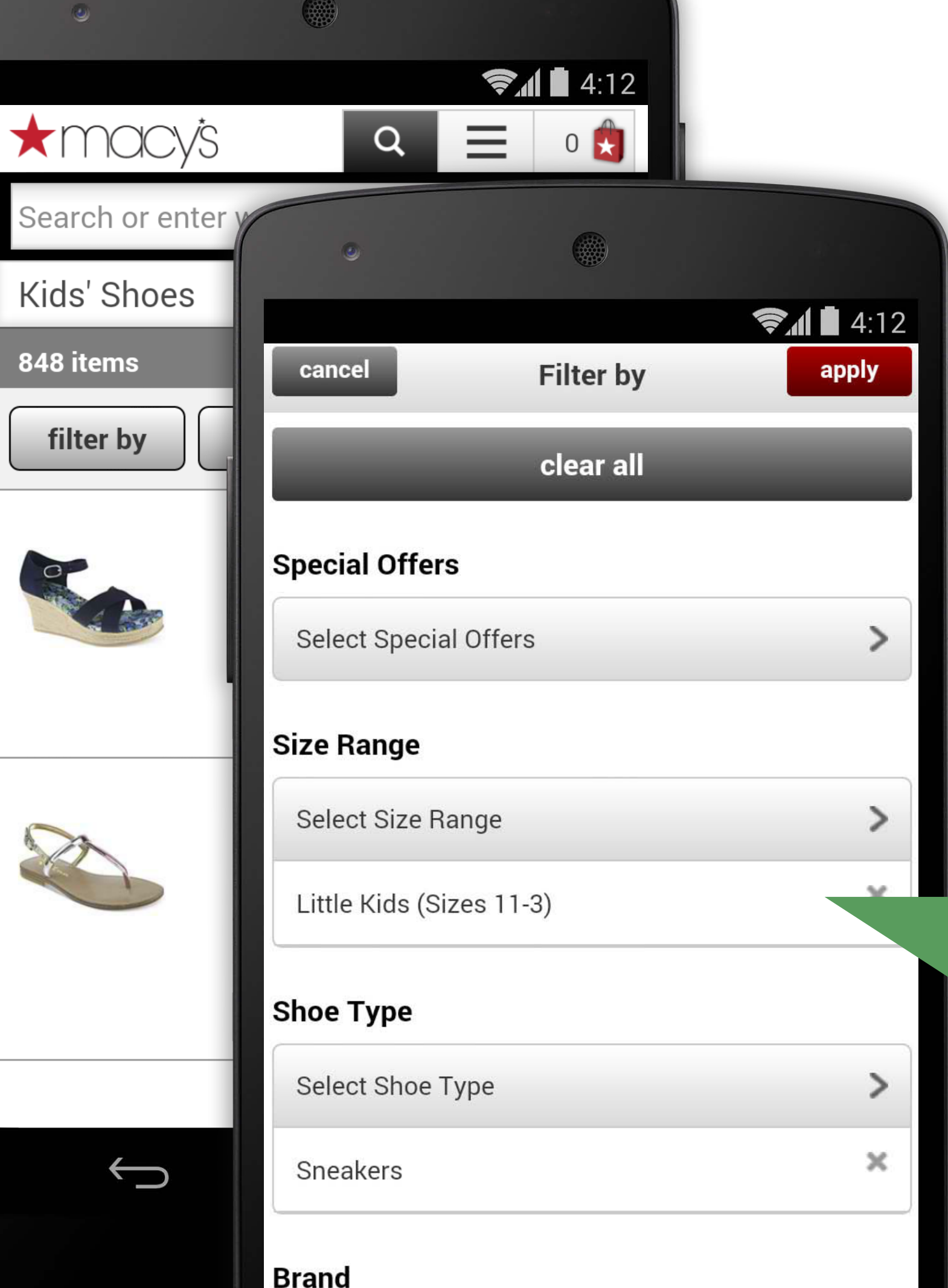
6.确保网站搜索结果的相关性

参与者没有耐性去翻查好几页的搜索结果。相反，他们根据先返回来的搜索结果来评判网站的搜索功能，因此请确保搜索结果的第一页是最实用的。可以使用自动填充和纠正拼写错误等智能搜索功能，让使用小型屏幕设备的用户更加方便。

要点提示

确保您的网站搜索功能首先返回的是最实用的结果，并应用自动填充和纠正拼写错误等智能搜索功能。

来自The Home Depot移动网站的示例。



7.提供过滤器以提高网站搜索的易用性

参与者会依靠过滤器来缩小搜索结果的范围，而且会放弃那些无法减少搜索结果数量的网站。但您也需要确保用户不会被搞糊涂，一家汽车经销商就让参与者指定实际并不供应的车辆配置。让用户知道在开启某个过滤器之后会返回多少个结果，从而避免出现问题。

要点提示

提供过滤器以帮助用户快速从搜索结果中找到自己想要的，但要确保用户不会在过滤之后得不到任何结果。

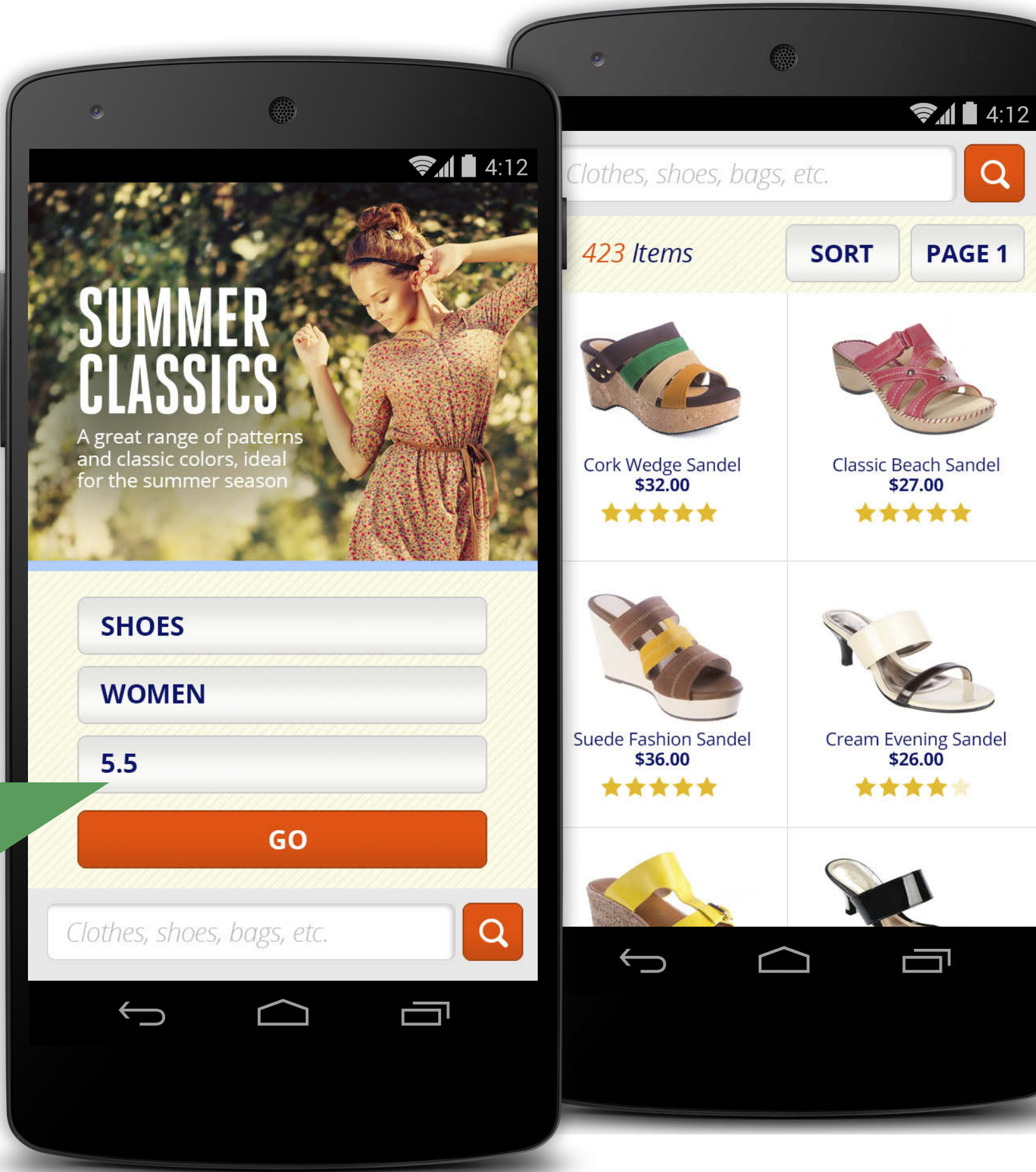
来自Macy's移动网站的示例。

8.引导用户找到更优质的 网站搜索结果

对于为不同客户群提供服务的网站，不妨在用户开始搜索之前先向他们提出几个问题，这样有助于让他们获得最相关的结果。例如，一家大型鞋类零售商在参与者开始移动搜索之前先让他们选择性别，以及所需鞋子的尺码。

要点提示

如果您提供的产品或服务能够轻松通过细分缩小范围，请预先向访问者提出问题，以使他们获得相关的搜索结果。



示例屏幕为示意图，仅供参考。

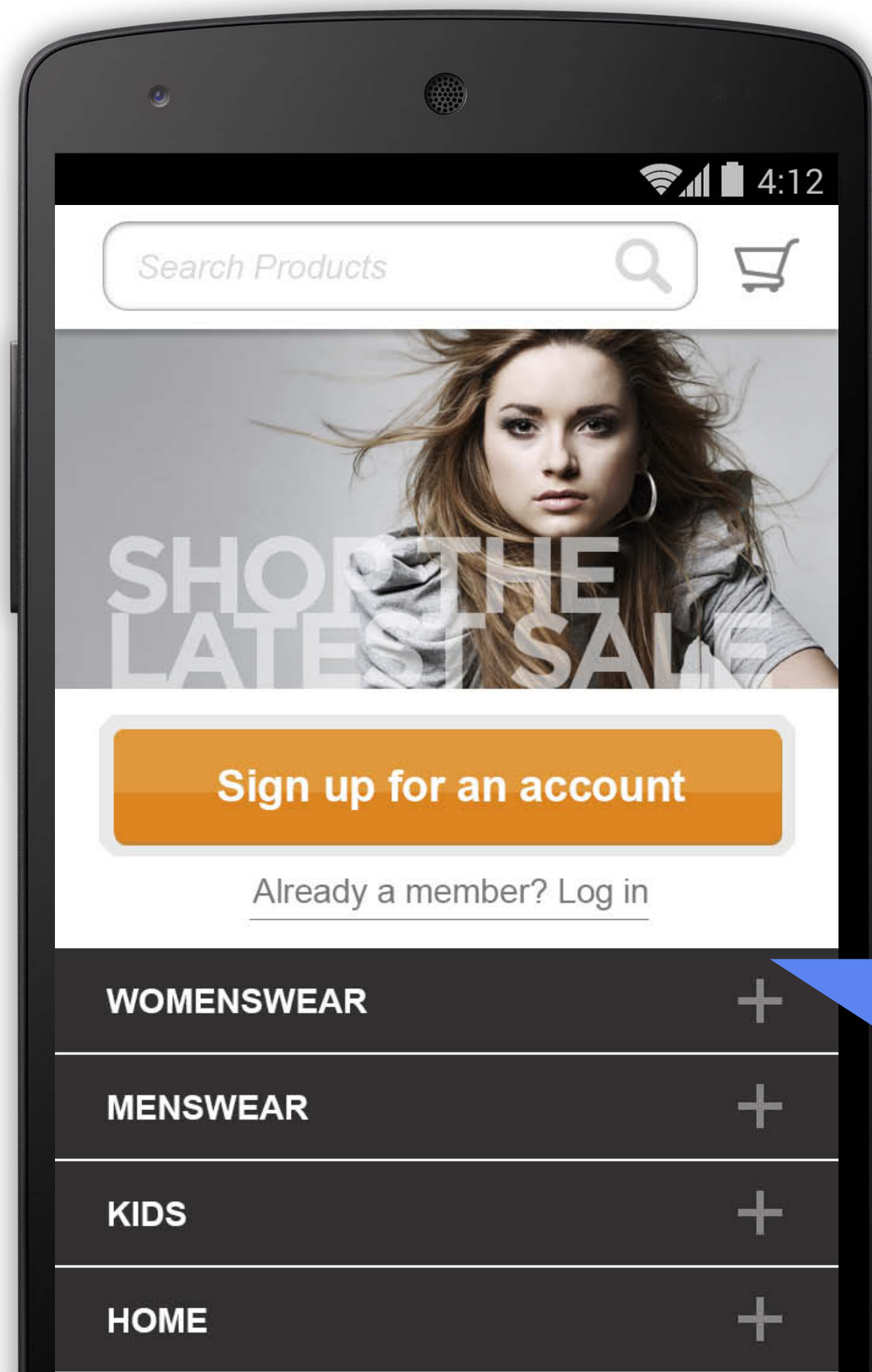


商务和转化

客户历程变得越来越复杂，他们希望能够自由决定转化路径。在本部分中，我们讨论如何通过赋予访问者控制权来增加转化次数。

原则

- 9 在用户承诺购买之前让其尽情探索
- 10 让用户以访客的身份进行购买
- 11 利用现有信息最大限度地提高便利性
- 12 为复杂的任务提供点击通话按钮
- 13 让用户能够轻松在另一台设备上完成转化



9.在用户承诺购买之前让其尽情探索

网站体验中过早出现注册门槛不利于转化。在调研中，参与者表示对那些要求注册之后才能继续浏览的网站感到厌烦，如果不熟悉该网站更是如此。在向网站提供个人信息之前，参与者希望能够浏览网站内容并大致了解网站提供了何种产品或服务。

要点提示

允许访问者无需注册帐户即可使用您的网站。

示例屏幕为示意图，仅供参考。

10.让用户以访客的身份进行购买

即使参与者进行购买，他们也不一定愿意在零售商那里注册帐户。参与者表示以访客身份结帐非常“便利”、“简单”且“方便快捷”。他们反感那些注册之后才能完成购买的网站，特别是那些不说明注册之后有什么好处的网站。

要点提示

提供以访客身份结帐的选项，并运用实实在在的好处鼓励用户注册帐户。

Have a profile?

Sign in to enjoy faster, easier checkout.

Email Address:

Password:

Password is case sensitive

Forgot Your Password?

checkout

No profile yet?

No problem! You'll be able to create a profile during checkout.

checkout as a guest

11.利用现有信息最大限度地提高便利性

对于注册用户，请记录并预先填好他们的偏好。对于新用户，则可以提供他们可能已经在使用的第三方结算服务。本次调研中的多家零售网站提供了第三方付款服务选项，这样减少了这些服务的用户在购买时可能遇到的阻碍，并使网站能够预填送货信息。

Important: If your Secure Flight passenger name is incorrect, you can change it in the Passenger Info section above.

Ms

Alice

Grace

Kent

要点提示



充分利用您已经掌握的信息，和/或运用第三方付款服务尽可能轻松地促成转化。

来自Delta移动网站的示例。

12.为复杂的任务提供点击通话按钮

转化过程中如果需要输入复杂或敏感的信息，请使用点击通话按钮。

要点提示

提供显眼的点击通话按钮，让用户在需要提供复杂信息时不轻易放弃。

比起在移动设备上填写复杂的表单，参与者更愿意拨打金融服务公司的电话以完成操作。

来自Progressive移动网站的示例。

Please review our [Privacy Policy](#) and information about our use of [consumer reports](#).

Okay, start my quote.

[No, thanks.](#)

> FAQs

NEED HELP? ☎ 1-877-649-0149

13.让用户能够轻松在另一台设备上完成转化

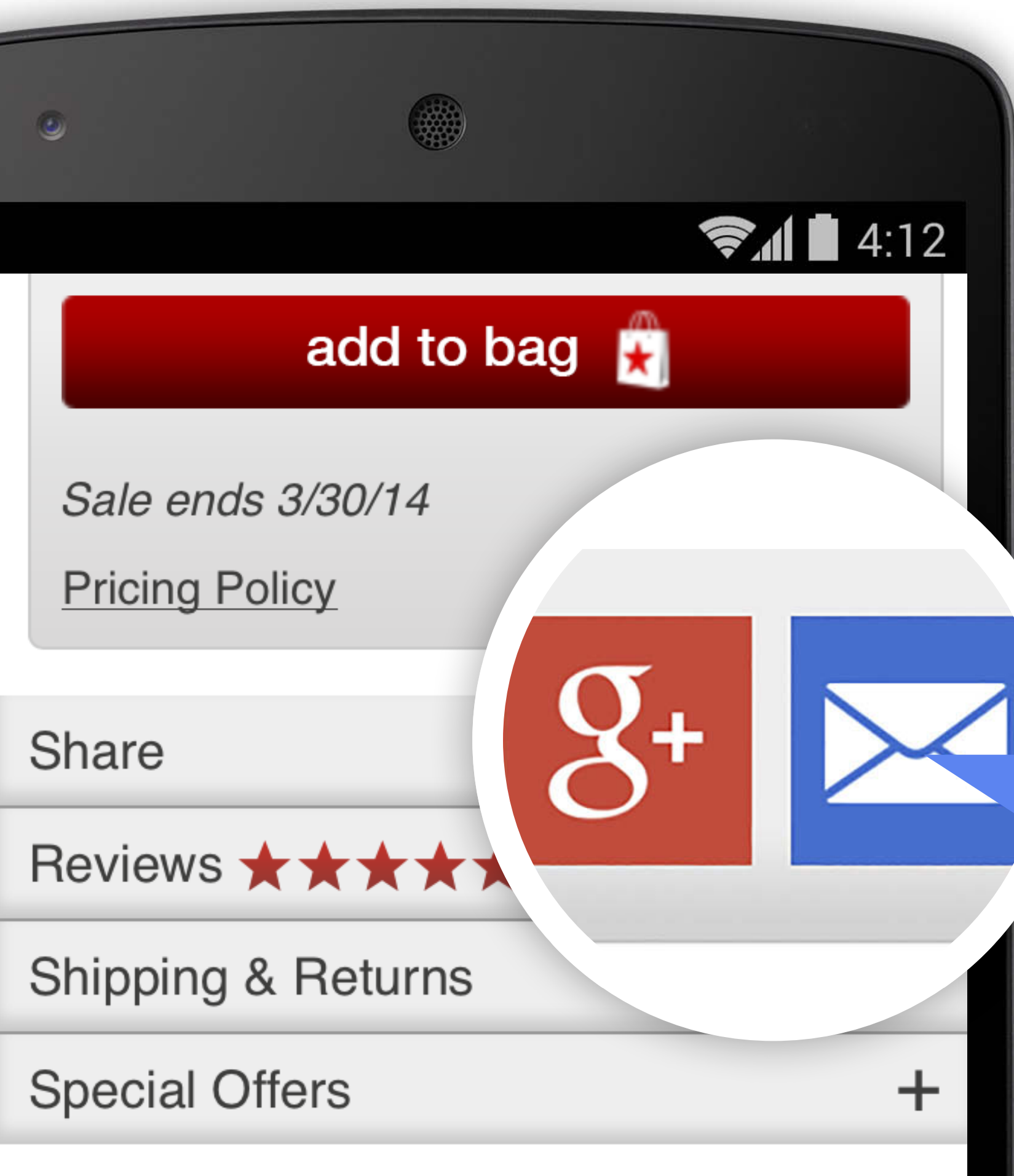
并不是所有参与者都能轻松在移动设备上完成转化。提供一个可让用户在各个设备之间保存或分享信息的简单方法，从而确保用户不会从您的转化渠道中流失。例如，一家招聘网站允许参与者稍后通过电子邮件发送职位申请。

要点提示



移动访问者可能希望先做一些调查，稍后再完成转化，所以请让他们能够轻松在另一台设备上恢复其购物历程（可通过社交分享、电子邮件或加入购物车等功能实现）。

来自Macy's移动网站的示例。





表单填写

不管是购买、询价，还是加入电子邮件列表，您都应该尽可能保证用户拥有顺畅的转化体验。本部分介绍如何通过流畅的表单填写流程来减少用户完成购买时的阻碍。

原则

- 14 简化信息的输入
- 15 为每项任务选择最简单的输入方法
- 16 在需要选择日期时提供直观的日历
- 17 使用标签和实时验证来最大限度地减少表单错误
- 18 设计实用高效的表单

Phone

In case we need to contact you about this transaction.

DEVICE TYPE

Cell

COUNTRY

United States (+001)

Area/City code and telephone number

1 2 ABC 3 DEF - ...

4 GHI 5 JKL 6 MNO .

7 PQRS 8 TUV 9 WXYZ < x

* # 0 + _ Next

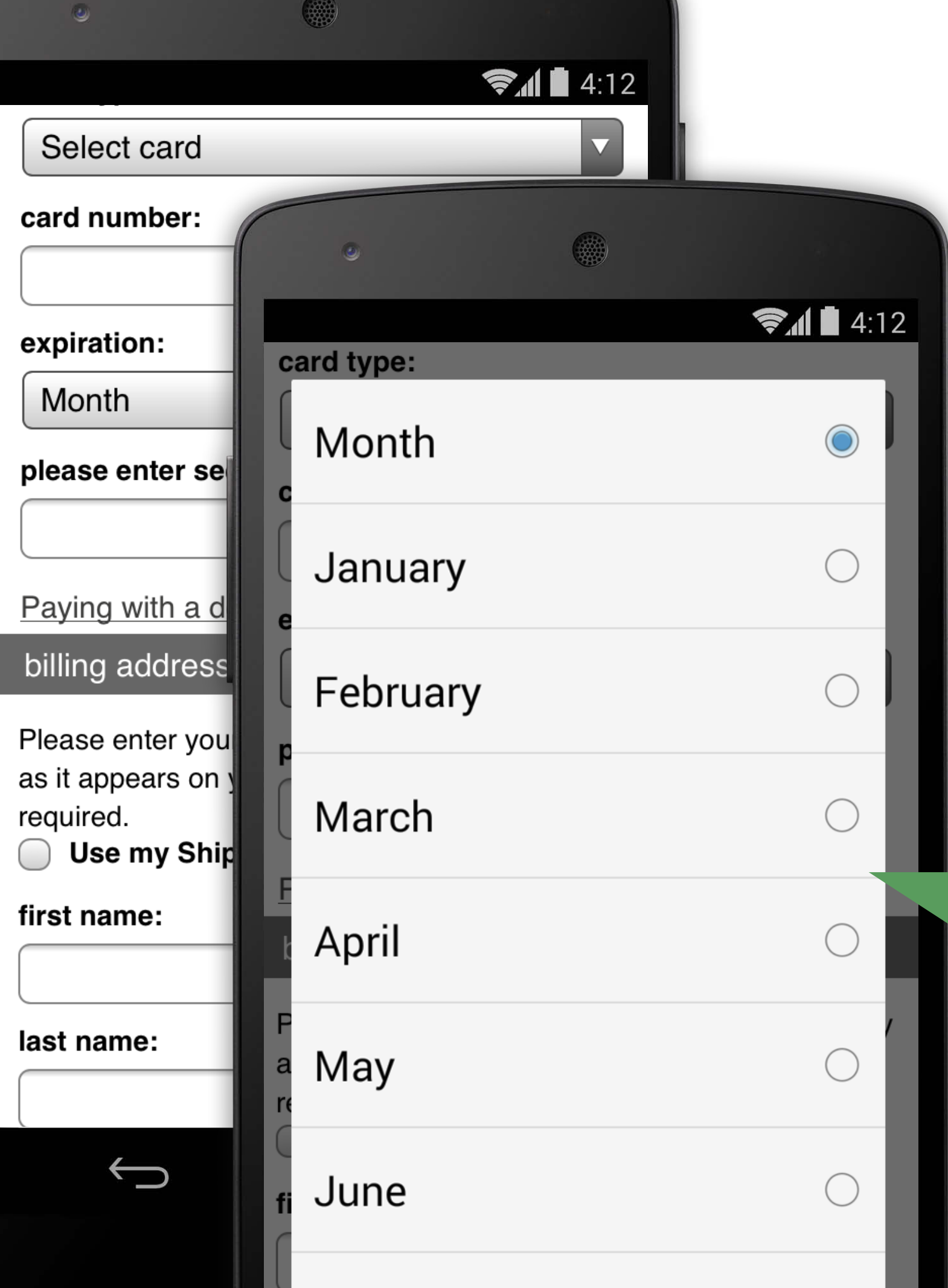
14.简化信息的输入

如果网站在需要输入邮政编码或生日等数值时显示数字键盘，参与者感到非常开心。他们还喜欢在其输入信息时，自动引导他们填写各个字段的表单。相反，如果需要反复点按小的表单字段，还要手动将手机键盘切换到数字模式，他们就会感到厌烦。

要点提示

对于需要输入数字的字段，为用户提供数字键盘，并在用户输入信息时自动引导他们填写各个表单字段。

来自Delta移动网站的示例。



15.为每项任务选择最简单的输入方法

当参与者需要从有限的几个选项中做出选择时，相较于输入文字或从下拉菜单中进行选择，点按大的切换图标会更方便。如果是从众多选项中选择一個，则传统的下拉菜单最简单明了。为每个任务选择最简单的输入方法，并始终确保点按的目标足够大，清晰可辨。

要点提示

对于移动表单中的每次输入，考虑是切换按钮还是下拉菜单最合适，并且始终确保用户能够方便地点按这些选项。

来自Macy's移动网站的示例。

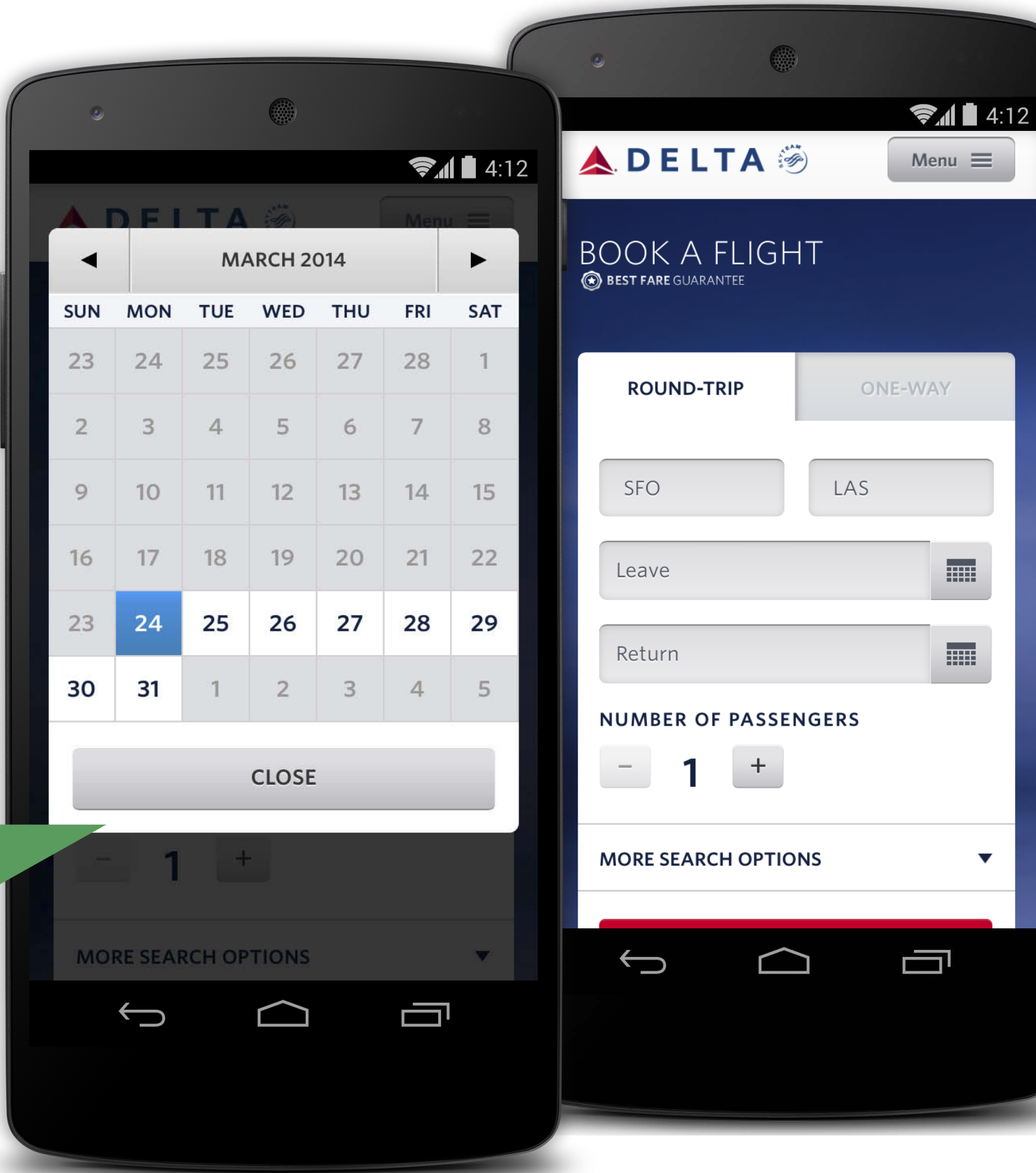
16.在需要选择日期时提供直观的日历

参与者在预订机票时，并不总能记得“下周末”的确切日期是哪两天。在访问者需要选择日期时提供直观的日历，这样他们就无需离开您的网站去查看日历应用。针对要选择的开始日期和结束日期提供明确的标识，以避免混淆。

★

要点提示

让访问者通过带有明确说明的直观日历选择日期，以便将他们留在您的网站上。



来自Delta移动网站的示例。

impressing friends and family or to simply dressing up any room in the home. [Read More...](#)

1. Select Your Item

- ☒ **Large** (\$69.99)
- ☐ **Medium** (\$59.99)
- ☐ **Small** (\$49.99)

2. Your Recipient

Zip / Postal Code

Please enter a valid Zip Code

(zip/postal code)

Location Type

Residence ▼

Delivery Notes: Gifts cannot be delivered to P.O. Boxes or APO installations.

17.使用标签和实时验证来最大限度地减少表单错误

使用标签来清楚地标注表单，并确保用户在实际输入信息时能够看到这些标签。曾有一位参与者将街道地址错误地填写在电子邮件地址字段中，因为他当时只能看到“地址”二字。同样，将标签放置在字段内也会产生问题，一旦参与者输入信息后这些标签就无法再显示，参与者就会失去引导。信息输入之后，在提交之前实时验证其中是否存在错误，这样可避免用户重新提交信息。

要点提示

使用清晰直观的标签让用户知道您需要什么信息，实时验证错误以便让用户在提交表单之前就知道自己输入的信息是否存在错误。

来自1800 Flowers移动网站的示例。

18.设计实用高效的表单

确保您的表单中不存在重复操作，仅提供必要的字段，并利用自动填充功能。对于包含多个部分的表单，在页面顶部放置一个进度条，让用户知道下一步是什么。对于初始步骤就非常复杂的多部分表单，参与者会感到惧怕，但如果表单明确标注了下一步骤，参与者就会对这种与众不同、更加简便的表单形式感到能够接受。参与者还喜欢那些已经尽可能预填了信息（例如其姓名和邮政编码）的多部分表单。

The image shows two smartphones displaying a Progressive mobile website form. The top phone shows a progress bar with 'START' highlighted. The bottom phone shows a form with fields for Last Name, Suffix, Mailing Address, Apt./Unit #, City, OH, 44107, P.O. Box or Military Address, and Date of Birth.

要点提示

尽可能减少表单中字段的数量，并在可能的情况下自动填充信息。利用清楚标记的进度条帮助用户完成包含多个部分的表单。

来自Progressive移动网站的示例。

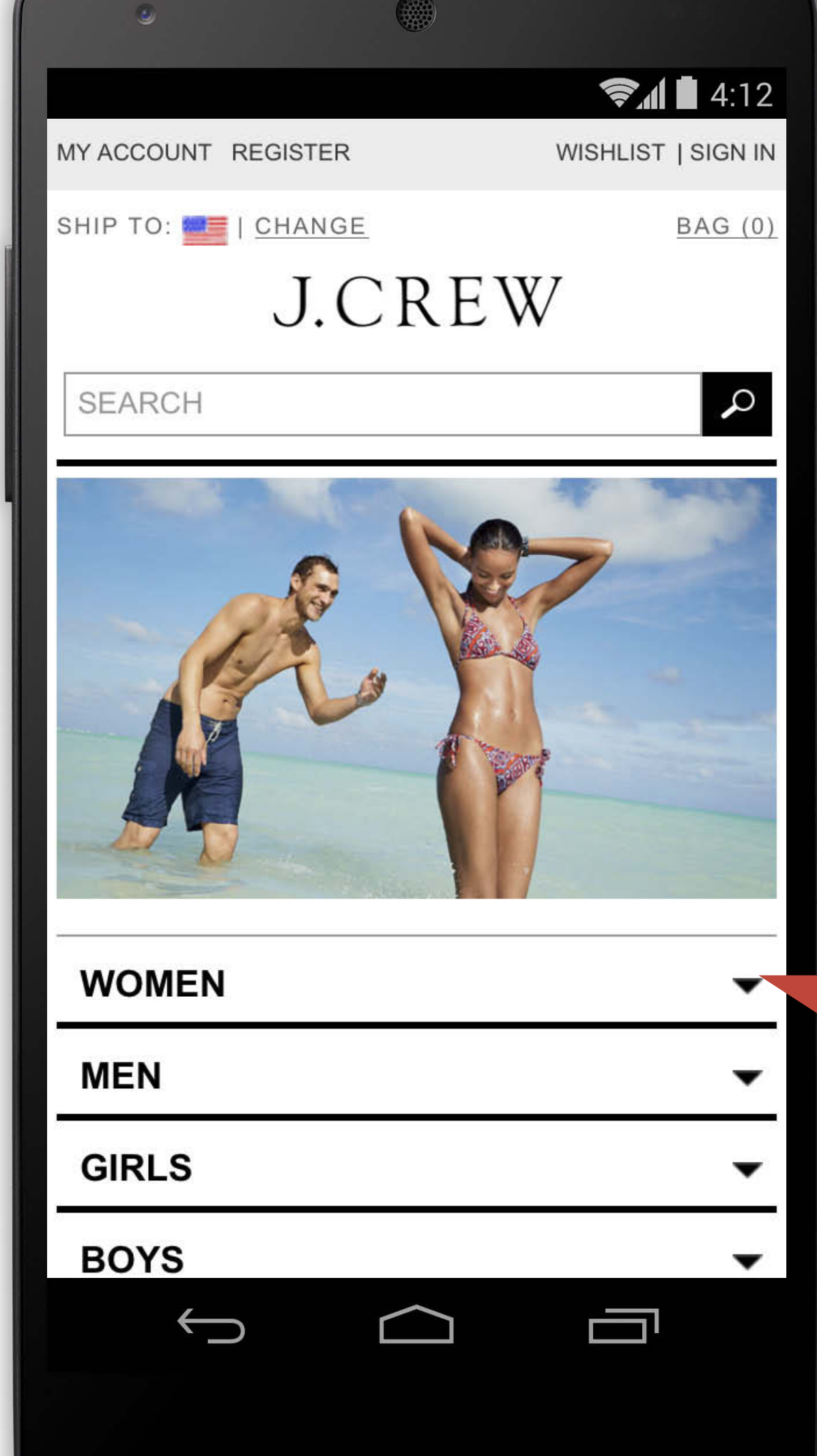


易用性和表单因素

如果您做了一些小事来改善移动用户的体验，他们一定会注意到并因此感到愉悦。本部分讨论如何针对移动设备的尺寸和独特的用户需求来设计整个网站。

原则

- 19 为移动用户优化整个网站
- 20 不要让用户使用双指缩放屏幕
- 21 使产品图片可放大
- 22 告知用户哪种屏幕方向效果最佳
- 23 让用户始终处于一个浏览器窗口中
- 24 避免使用“完整网站”这一标签
- 25 说明您为何需要知道用户的位置



19.为移动用户优化整个网站

毋庸置疑，比起在移动设备上浏览桌面版网站，参与者感到浏览那些已经针对移动设备优化过的网站会更轻松。实际上，对于参与者来说，同时混合了桌面版网页和移动版网页的网站比纯桌面版网站更难使用。

要点提示

如果您的网页都是针对移动用户而设计的，那么您的网站使用起来一定最轻松。

来自J Crew移动网站的示例。

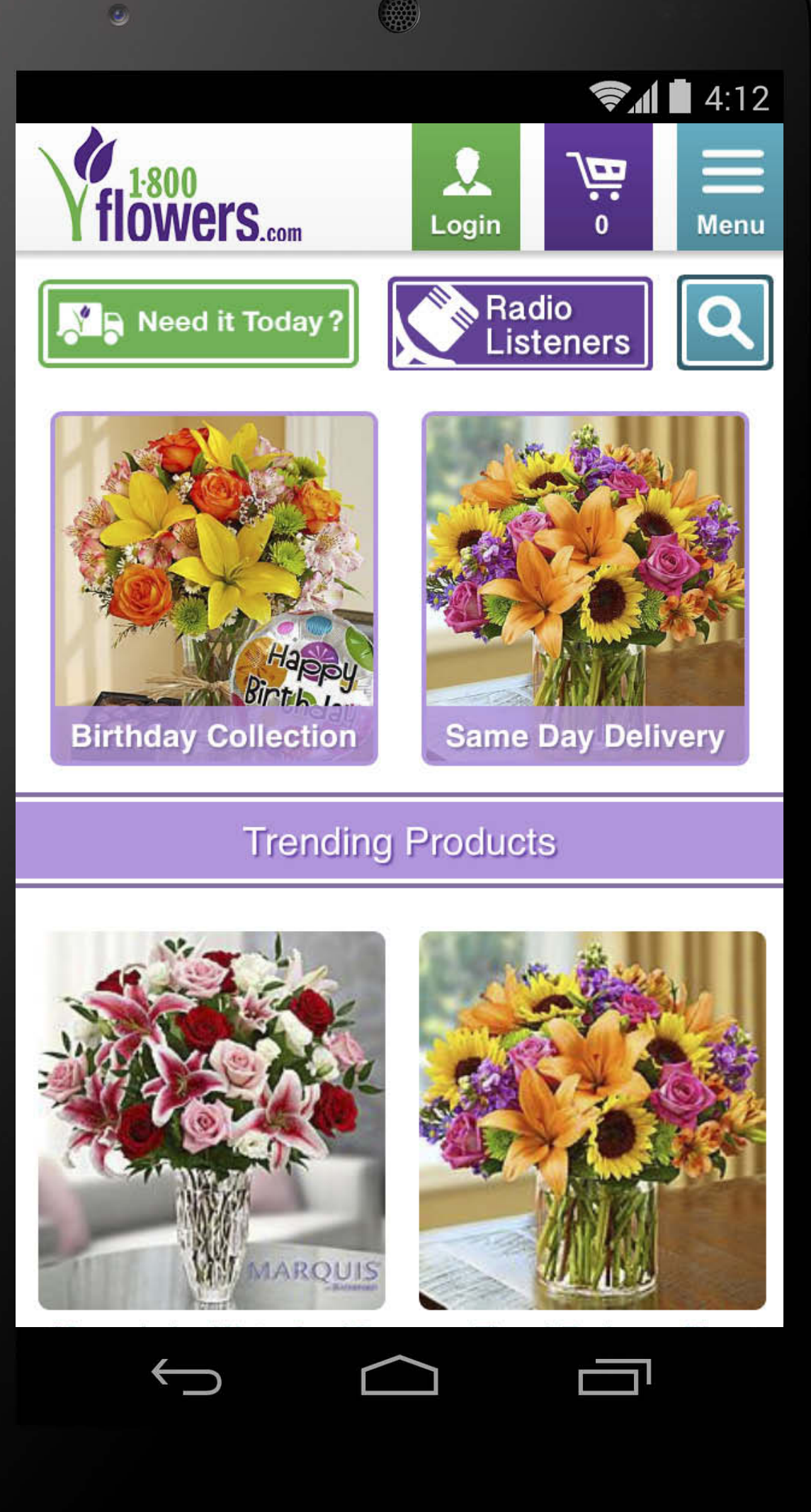
20.不要让用户使用双指缩放屏幕

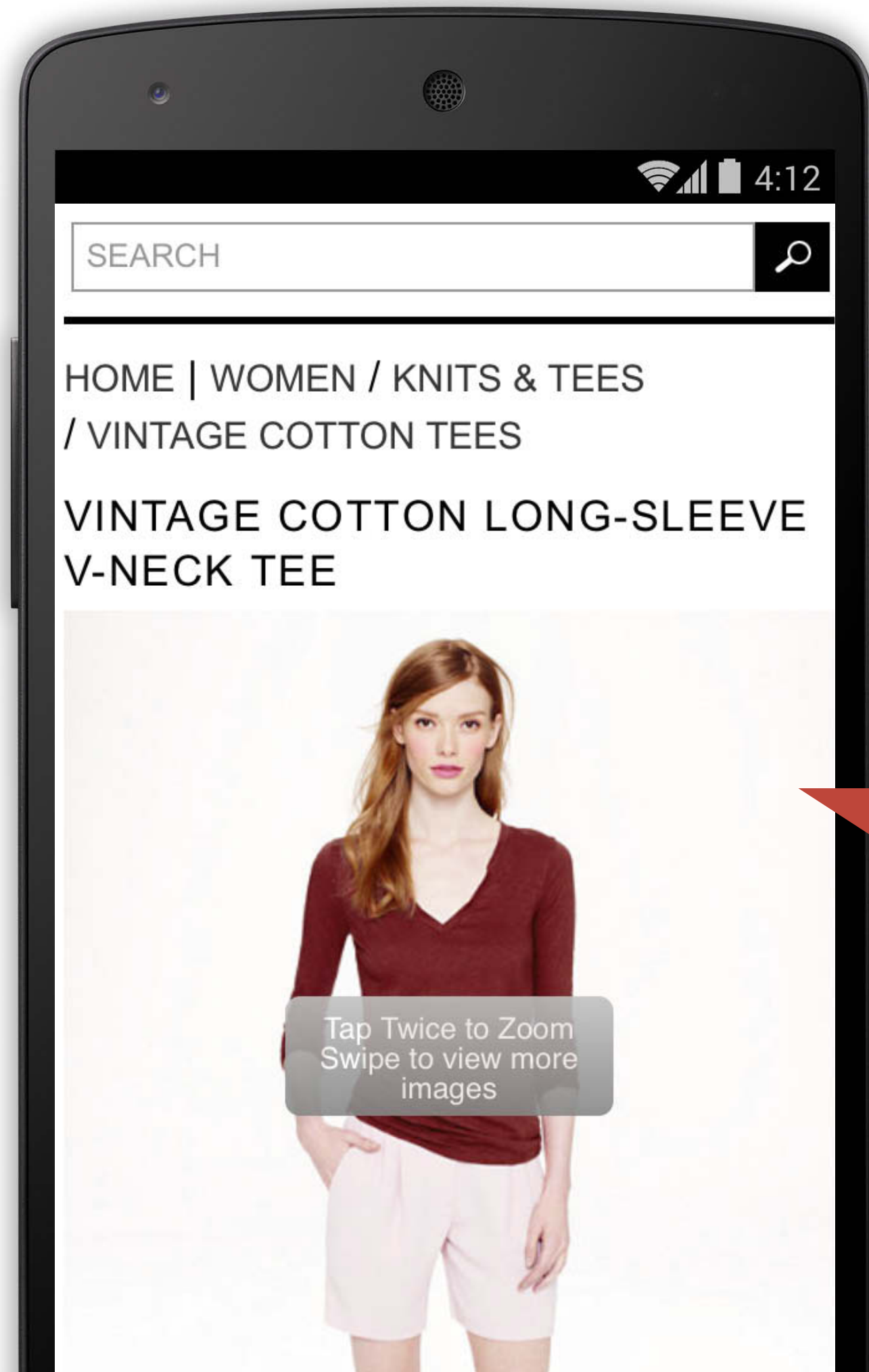
当参与者需要缩放屏幕，有时错失了重要信息和号召性用语时，他们会感到恼火。设计好您的移动网站，让用户无需再更改尺寸。有些移动网站甚至禁用了双指缩放屏幕的功能，其实如果您恰当地设计了网站，用户根本不会发现这一点。

要点提示

如果访问者不得不放大网站，他们可能会错失号召性用语。设计好您的网站，让用户无需再缩放。

来自1800 Flowers移动网站的示例。





21.使产品图片可放大

顾客希望细看他们要买的产品。在零售网站上，参与者希望可以查看产品的高分辨率特写照片，以更好地了解详情，但如果不能做到这一点，他们会感到不满意。

要点提示

加入关键图片（如产品照片）的高质量特写版本。



来自J Crew移动网站的示例。

22.告知用户哪种屏幕方向效果最佳

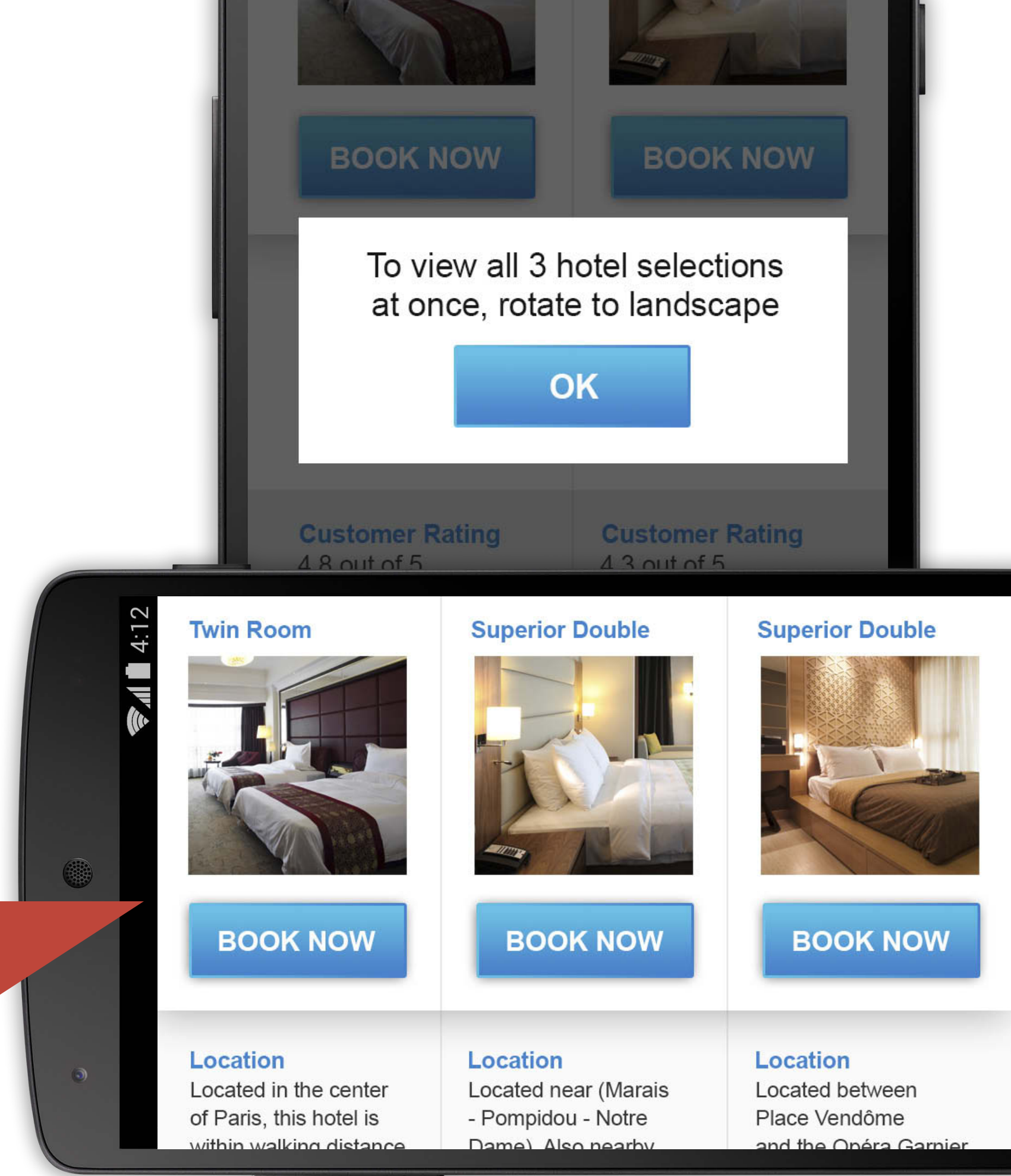
调研中的参与者通常会保持屏幕方向不变，除非是明显需要切换时，例如文字太小或观看视频时。无论是横向还是纵向设计，或者是鼓励用户切换到最佳的屏幕方向，切记要保证重要的号召性用语的完整度，即使用户忽略了切换建议也是如此。

要点提示

如果您的网站适合以某种方向浏览，请让用户知道，但务必确保重要的号召性用语在任何方向下都能完整显示。



示例屏幕为示意图，仅供参考。

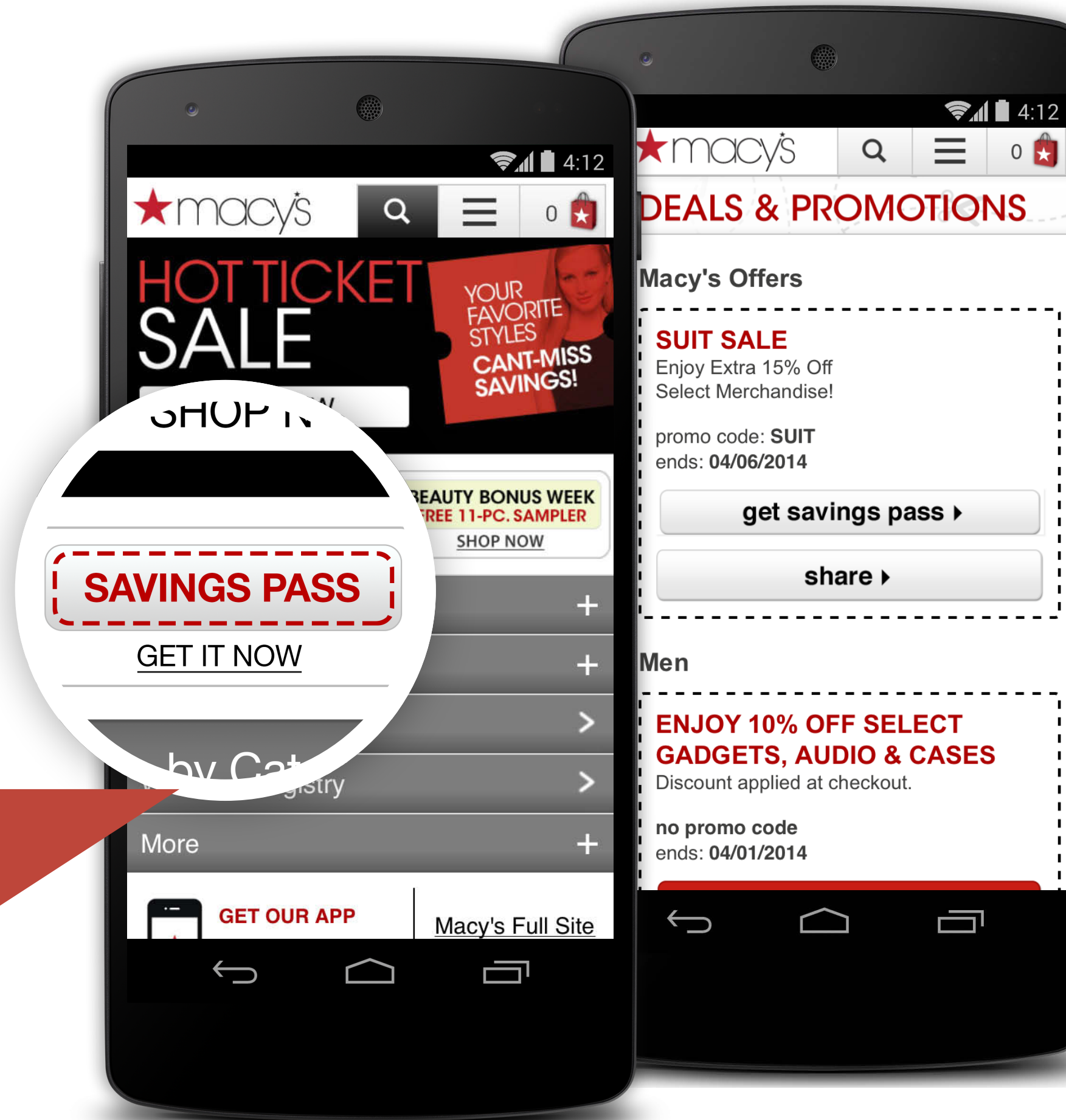


23.让用户始终处于一个浏览器窗口中

在智能手机上切换窗口会比较麻烦，而且会增加用户无法返回您的网站的风险。避免使用会打开新窗口的号召性用语，从而将用户留在同一位置。有时参与者也会为了搜索优惠券而打开新窗口，所以请考虑在您的网站上提供优惠券，避免用户到别处寻找。

要点提示

确保将号召性用语保留在同一浏览器窗口中，并针对消费者可能切换窗口的原因在网站上提供相应的解决办法。



24.避免使用“完整网站”这一标签

当参与者看到“完整网站”和“移动网站”这两个选项时，他们会认为移动网站已经过删减而选择完整网站。一名参与者表示更喜欢桌面版网站，因为其中“包含更多信息”，但其实移动网站和桌面版网站中的内容是相同的。所以，请使用“桌面版”代替“完整”一词，从而避免用户产生这种心理。

要点提示

让用户能够轻松在两种网站体验之间切换，但请使用“桌面版”代替“完整”一词，从而让用户知道这两种网站都能提供完整的体验。

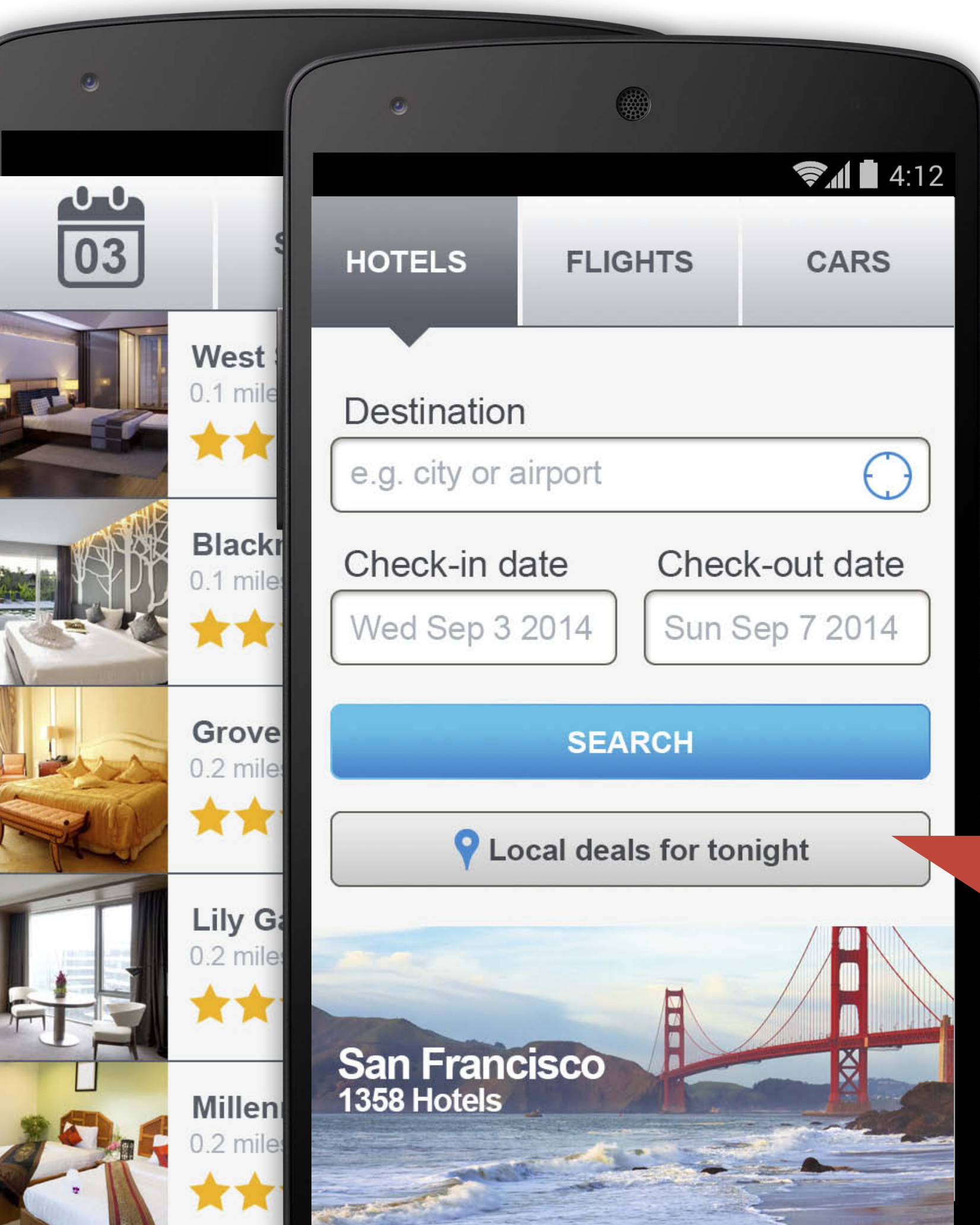
来自The Home Depot移动网站的示例。

Mobile Site |

or the PC

PC Site |

He' | Terms | Privacy | Feedback



25.说明您为何需要知道用户的位置

用户应始终知道您为什么要询问他们的位置。当参与者尝试预订另一个城市的宾馆时，如果旅游网站检测到其位置，提供其当前所在城市的宾馆信息，参与者就会感到困惑。请默认将位置字段保留空白，然后使用清晰的号召性用语（例如“在附近查找”）提示用户填写。

要点提示

明确说明您为何需要用户的位置信息，以及这些信息将对他们的体验将产生哪些影响。

示例屏幕为示意图，仅供参考。



技术上的注意事项

技术上的注意事项

优秀的设计只是移动网站获得成功的一个因素，恰当地运用技术也非常重要。
下面的提示可帮助您避免一些常见的误区。



确保将您的移动广告配置为将用户引领至移动网站

错误配置可能导致移动广告指向桌面版网站。



确保以符合逻辑的顺序载入您的网页内容

仔细构建您的网页，因为用户会主动找出可能存在的问题。



尽量减少下载以确保流畅的体验

对于量大但次数少的下载，请合并并预先加载移动网络内容。



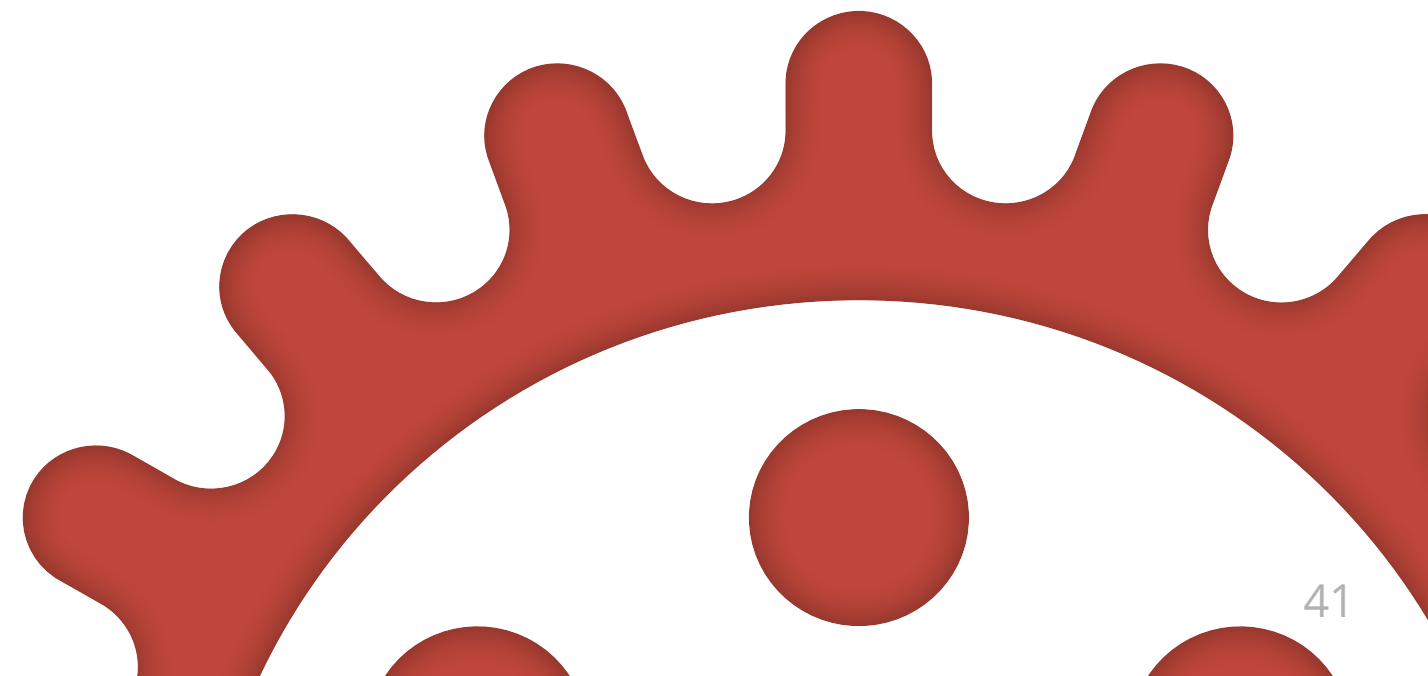
在您的移动网站中实施GOOGLE ANALYTICS（分析）和转化跟踪

确保跟踪桌面设备转化次数的同时也跟踪移动设备转化次数。



在多种设备上进行测试

在多种浏览器和设备中测试您的网站以确保获得最佳的效果。





Google™

©版权所有2014 Google。保留所有权利。Google和Google徽标是Google Inc.的注册商标。