

# “设计界奥斯卡奖”评委来湘开讲：“从外到里”打破传统设计思维 设计师要打破“谷仓”，学会讲好故事

“

不久的将来，长沙市民将有机会享受来自创新国度以色列的设计！

7月26日，被誉为全球设计“奥斯卡”红点奖的资深评委、以色列工业设计大师朗·纳巴罗教授来长沙讲学，为长沙的高校师生、设计师等带来了一场题为《学会讲故事——创造策略性叙事革新和设计解决方案》的讲座，讲述故事在设计行业中起到的作用。

同时，朗·纳巴罗教授与中国（长沙）创新设计产业园签订战略合作协议，双方将在长沙雨花经开区打造中以（中国、以色列）设计创新平台，并在国际设计资源及机构引进、公共服务平台建设等方面开展合作。

■记者 潘显璇 通讯员 刘世意

## 故事，让人们理解这个世界

苹果手表、拐杖、红衣、戴着眼镜……朗·纳巴罗教授自称是“一个刚踏入70岁，热爱设计与技术的老头”，一下火车，这位可爱的老人就感受到了长沙的火辣热情，连连惊呼：“长沙太热啦！”

在设计博物馆中，湖南本土企业专为安化黑茶设计研发的智能泡茶器与湖南农产品的包装设计吸引了他的注意，“这些企业的设计可以说出很多精彩的故事。”

在朗·纳巴罗教授看来，“产

品”是指任何能被创造的物品、环境或服务，而“设计”则是一个行业领域的创新过程。

“大家小时候肯定爱听故事，故事其实是人们交流理解这个世界的强大工具。为产品讲故事，可以刺激人的大脑。人们在体验一件新产品、服务或一种新环境时，大脑其实是被激活的，故事可以在大脑的神经元与产品之间建立一个新的连接。”朗·纳巴罗教授解释。

## “从外到里”打破传统思维

朗·纳巴罗教授认为，过去，大家设计产品是用一种传统的“从里面到外面”的思维方式，里面是制造商，中间是销售商，外面是用户，企业局限在自己的思维里去设计制造产品。

现在，不管是做企业还是做生意，都需要去理解客户所生活的环境，找到一个方法去融入他们的生活，这就需要思维的转变。

现代企业应该是从“外面到里面”来思维，设计产品时要关注用

## 讲好故事要把握三要素

“如今，消费者购买产品，除了购买品质之外，其实还在购买故事、购买一种情感，如果消费者得到了想要的，就会回报给企业忠诚度。”朗·纳巴罗教授表示，而故事无处不在，如果将宣传产品数据变成对一个事物的看法，会更能帮助用户去记忆和体验，让用户拥有更加舒服的感觉。

那么，怎样才能讲好一个故事呢？朗·纳巴罗教授现场举了多个

例子，着重介绍了三个重点：第一，这是一个怎样的故事？第二，谁是这个故事的主角？第三，主角在这个故事里的目标是什么？设置好了这三点，通常就能讲出一个让消费者喜欢的好故事。

而在设置主角时，同样有三个重点：他的年龄、他所处的时代、他喜欢的东西。确定了人物角色之后，角色会引导大家进行接下来的产品设计。

第二，是与行为有关的描述，行动、活动、任务等。

第三，是人们的一些主观性的感受，如想法、看法、情感等，价值感、欲望、心态、需求、目标等。一件产品要实现什么样的目标，为了这个结果我们会去向用户描述他们遇到的挑战、摩擦、痛点及阻碍等。

第四，是指产品存在的问题，会发生怎样的事故。

## 要给用户的体验赋予价值

在朗·纳巴罗教授看来，设计师要设身处地从用户角度思考问题，给用户的体验赋予价值。

说到物品的体验，朗·纳巴罗教授讲述了需要注意的要点。

第一，是指它的物理属性，如它是一件产品、工具、建筑、园区、环境、衣服或是包装等；然后是一些无形的性质，如服务、健康、教育、客户等等。



长沙市雨花区委常委、雨花经开区党工委书记郭四军（右）与朗·纳巴罗教授共同揭牌。

## 用“用户体验旅程地图”讲故事

演讲中，朗·纳巴罗教授还详细为大家介绍了一个当今国际流行、可以帮助设计师讲好故事的重要工具——用户体验旅程地图。“企业在设计产品过程中会涉及到用户的行为和情感，用户购买产品不止是花费了金钱，并且对这个产品会有一个动态的理解，收获其最大的价值感，用户体验旅程地图便是能够很好理解用户体验的一个方法。”

用户体验旅程地图有两个部分，第一个是讲故事，第二个是视觉化呈现，主要运用在购买行为和产品服务体验当中，它的作用是将一个产品目标进行设计过程可视化，以此来理解和发现客户需求和痛点。

朗·纳巴罗教授表示，设计师在做用户体验旅程地图的过程中首先需要考虑三个方面：行为、心态及情感。这些信息怎样去收集呢？这就需要现场调研、问卷调查、日记笔录等。用户体验调查的结果给企业带来的利益，有时可

能是出乎意料的。

对于设计团队而言，在做“用户体验旅程地图”时，需要在故事里设置一个主角，一个叙事的人物是非常重要的。它可以是真实存在的，也可以是想象的。例如，有关“早晨起床”的感受描述：“早上起来会使用怎样的交通工具？”这只是一个讲述方式。如果说成“故事”，则可能是：“我起床了，感觉头很晕，因为昨天晚上喝了啤酒。”这当中会涉及情感与想法。设计师们要将讲述的故事内容浓缩成一个视觉化的图形和列表，作为相互沟通和交流观点的依据。

企业的组织就像一个谷仓，谷仓跟谷仓之间是互相分开的，但设计师就是要打破这个谷仓，让里面的米互相融合。通过使用用户体验旅程地图，可以帮助不同风格的设计师进行沟通，帮助他们记忆、交流、理解，转化思维方式，由“从里往外看”，转变成“从外往里看”，以用户体验的角度

去考虑产品设计。通过这些图表，设计师们就能对用户体验有一个宏观的看法。

朗·纳巴罗教授提醒，在制作用户体验旅程地图之前，需要做一些准备工作。如对用户特征、需求点、使用感受、痛点、期望值等信息设置一些小标签进行讨论，并将这些信息归纳成不同颜色的表格信息。同时，设计团队在做用户体验分析讨论时应留下一些录音，方便今后重新翻看或重新聆听客户意见。此外，一些产品除了本身有问题之外，售后服务也有可能出现问题，存在一些改进的机会，这些方面设计师也可以在用户体验旅程地图中展示出来。

关于用户体验旅程地图的使用方法，朗·纳巴罗教授认为，设计师要注意几个要素：一是它要支撑的商业目标是什么，这是设计团队首先要确定的；二是我们应该思考哪些人需要这个旅程地图，用户是谁；三是他们需要的体验是什么。

## 人物名片

朗·纳巴罗教授是以色列工业设计师、策略师、企业家、教育者和研究者，在企业中整合设计思维和创新方面，以及“企业创新”“创业”“老年人友好设计”和“设计领导”领域被誉为思想领袖。

朗·纳巴罗教授曾获24项国家及国际设计奖，他的设计作品曾出现在世界范围的设计展中。他是众多知名设计大赛的评委，其中包括世界技术网络大赛、红点产品奖、红点概念奖、印度金融时报设计奖、新加坡“超60”设计奖和中国的好设计奖。他也是诸多会议常见的主旨演讲嘉宾，在TEDx活动中进行过演讲。