

Оглавление

Благодарности	14
1. Почему взаимодействие должно быть привлекательным?	16
LinkedIn и полнота личной информации	17
Почему привлекательность?	18
История iLike	20
За гранью практичности	26
Все дело в опыте	27

Часть I. Эстетика, красота и поведение

2. Почему именно эстетика?	32
Какова связь?	33
Почему эстетика?	33
3. Достаточно ли все понятно?	34
Гештальт-психология и игра в выпивку	35
4. Достаточно ли все красиво?	40
Мне это напоминает... ..	41
Можно ли вам доверять?	42
Восприятие времени	44

Складываем все вместе	45
Красивое лучше работает.	46
Связываем все вместе..	47
5. На что это похоже?	51
Эстетика, ассоциации и компания Apple	51
Реклама и кодированная символическая информация.	53
Положительные и отрицательные ассоциации	53
Язык и ассоциации.	54
Приложения.	55
6. Когда эстетика не впечатляет	58
Первое любопытное наблюдение: хорошее, плохое и уродливое	58
Второе любопытное наблюдение: прекрасная утилитарность	59
Третье любопытное наблюдение: контекст и характер	60
Четвертое любопытное наблюдение: субъективна ли красота?	61
Заключение	63
7. Сила лиц	64
Когда нас покидают друзья	65

8. Достаточно ли все весело?	68
Шутите тогда, когда это уместно	69
Повод для шуток: MailChimp	70
Почему я должен кого-то веселить?	74
9. Достаточно ли все непредсказуемо?	77
Крайнее удивление.	77
Наш мозг возбуждается от неожиданного	78
Переменяя неожиданное с приятным	79
Стимуляторы восторга	80
Мой личный ежегодный отчет о путешествиях	83
10. Достаточно ли все интригующе?	91
А где же настоящий логотип Dopplr?	92
11. Достаточно ли все загадочно?	94
Маркетинг любопытства	94
Поход в неизведанное	95
Теория информационного пробела	96
Деловое применение	97
Особая мотивация	99
Что теперь?	100
12. Достаточно ли возможностей для самовыражения?	103

Часть III. Искусство быть привлекательным

13. Первые небольшие шаги..	108
Становление пути	108
Заручитесь обещанием	109
Делимся своими впечатлениями о поездках	110
Заказанный в магазине товар должен быть выкуплен.	110
Оплата туристической поездки	112
Эффект толчка в процессе	114
Принцип очередности.	115
Становление.	118
14. Где-то мы перегнули палку (как этого не допустить)	120
Чем меньше, тем лучше	120
Меньше текста	122
Иногда полезно ненадолго отвлечься	124
Создание иллюзии путем сокрытия информации	125
Для упрощения иногда полезно перекроить визуальную систему	126
Чем меньше думаешь, тем лучше	128
15. Завладаваем вниманием	130
Контраст и символы	131
Тише! Надеемся, нас никто не видит	132
Вы это видели?	133

16. Путем наименьшего сопротивления	135
Варианты, предлагаемые по умолчанию	135
Сила внушения	136
Удобство и персональные рекомендации	138
Боязнь потери	142
17. Возможности слова	148
Формулировка	148
Эффект привязки	150
Не забывать о личном	151
Понятный язык	153
18. Внимание к деталям	155
Первый шаг: представьте взаимодействие	
в виде ролевой игры	155
Второй шаг: сценарий в виде повествования	155
Третий шаг: разбиваем сложные задания	
на простые этапы	158
Четвертый шаг: сокращаем количество	
вариантов выбора (в каждый момент	
времени)	158
Пятый шаг: ищите микромоменты	160
Шестой шаг: лучше щелчки мышью,	
чем символы	160
Задание	162
19. Игры реального мира	164
Игра — это, прежде всего, развлечение	164
Элементы игрового дизайна	165

20. Когда цель оправдывает средства..	170
Снова за парту	170
Небольшое замечание о статусе	179
Вызовы и цели	181
Заключение	184
21. Усложняем задачу..	185
Чем труднее, тем желаннее..	185
Использование дефицита в коммерции	186
Использование дефицита для повышения качества оценки	187
Вводя дефицит, мы поощряем участие	188
Почему дефицит работает?	190
Другие формы дефицита — дефицит времени	191
Ограниченный доступ	192
Выбор и расчет..	194
22. Как успехи?..	197
Чем оборачивается учет расходования бензина.	199
Скромная перспектива	201
Серьезные игры	201
Сделаем из электронной почты игру..	202
Заключение	206
23. А что за приз?	208
Игровые механизмы	208
Почему работают игровые механизмы?	210

Цели игры..	210
А предложили ли вы своим пользователям какие-либо игровые цели?	211
Шутки-прибаутки: рассказ, история, эстетика.. . .	216
Заключение	218
24. Шутки в сторону!	219
Модель Кано	221
25. Это только начало.. . . .	223
Погонщик и слон.	223
Сетка поведения	224
Понимание цели	229
Все это делают	230
«А деньги где?»	232
Кто есть кто на вашем сайте?,	233
Заключительные мысли.	235