

數位發展部

112 年度機關網站使用者中心設計
精進建議報告

OOOOOOOOOO-

參訪導覽

執行單位：中華民國資訊軟體協會

中華民國 113 年 7 月

修訂歷史

版本	制/修訂人員	變更內容摘要	提供日期
1.0	CISA	初版制訂	113.7.3
2.0	CISA	依據數位發展部審查意見修改	113.7.11

審查意見修改對照表

項次	審查意見	回覆說明	對應頁次
一	「附件一：機關網站需求深入調查表」之「十一」之「如 ppt 附件。」，ppt 須修正為大寫。	已依建議修正。	P.44
二	「附件二：機關網站使用者調查簡報資料」，其中第 73 頁的第二張截圖須完整。	已依建議修正。	P.73
三			
四			
五			
六			

目 錄

一、 緣起.....	1
二、 目的.....	1
三、 需求調查與分析	2
四、 「網站首頁」分析與建議.....	5
五、 「網站服務流程」分析與建議.....	19
六、 結語.....	35
附件一：機關網站需求深入調查表.....	42
附件二：機關網站使用者調查簡報資料.....	46
附件三：機關網站原/新設計之測試紀錄.....	75

表 目 錄

表 1：使用者需求與困擾	6
表 2：使用者常用服務項目	29
表 3：首頁輔導前後對照圖示	35
表 4：「參訪導覽」服務流程輔導前後對照圖示	39

圖 目 錄

圖 1：OOO 服務量能	2
圖 2：OOO 網站服務族群	3
圖 3：使用者區分為四種類型	5
圖 4：首頁輪播圖與熱門服務	8
圖 5：首頁數位服務區塊	9
圖 6：「樓層空間導覽」不易找到	9
圖 7：樓層空間導覽	10
圖 8：OOO 導航列	11
圖 9：活動區塊視覺編排不易閱讀	12
圖 10：新書通報區域	12
圖 11：首頁優化重點	14
圖 12：主目錄新增「認識 OO 館」	14
圖 13：「認識 OOO」之服務項目	15
圖 14：導航列區塊	15
圖 15：常用功能視覺化，增加服務快捷鍵	16
圖 16：首頁服務區塊順序調整	17
圖 17：新進資源區塊增加書籍封面	17

圖 18：活動資訊區塊.....	18
圖 19：探索資訊 OO 館區塊.....	18
圖 20：「參訪導覽預約」角色人物誌-專業推廣探索者.....	19
圖 21：顧客旅程地圖－預約參訪導覽.....	20
圖 22：「參訪導覽預約」服務流程關鍵步驟.....	20
圖 23：進站不安全網頁警示.....	21
圖 24：頁面未先顯示導覽行程.....	22
圖 25：文字說明缺乏吸引力.....	22
圖 26：「預約導覽申請」按鈕位於頁面不醒目地方.....	23
圖 27：預約申請表單不易填寫.....	24
圖 28：額滿時可點選「預約」按鈕.....	25
圖 29：標示符號未能看出是否額滿.....	25
圖 30：參訪導覽申請狀態不易讀.....	26
圖 31：不同類型使用者之導覽需求.....	28
圖 32：提供不同類型使用者探索入口.....	29
圖 33：樓層導覽頁.....	30
圖 34：主目錄增加教育專區.....	31
圖 35：增加團體導覽頁形象照.....	32
圖 36：申請按鈕從灰色改為橘紅字.....	32
圖 37：導覽行程.....	33
圖 38：導覽行程比較.....	33
圖 39：導覽主題.....	34

一、緣起

隨著網路科技蓬勃發展，政府網站已是政府與民眾接觸的重要管道之一，政府網站設計內容與操作會直接影響民眾對機關服務觀感與評價。而使用者中心設計（User-Centered Design, UCD）聚焦於使用者真正的觀感與需求，並結合使用者介面設計與體驗等元素，可提升民眾使用政府網站的感受，亦可有效傳遞政府回饋以精進優質服務內容。

為提升政府網站服務品質使其更貼近民眾，數位發展部（以下簡稱數發部，前國家發展委員會）自 107 年起舉辦使用者導向設計工作坊，協助機關導入使用者介面與體驗之網站設計，並推動網站改版，成效良好。透過工作坊的舉辦與交流，引導機關導入使用者需求為中心之設計理念，進行整體網站規劃與設計，讓網站服務更貼近民眾需求。

本次工作坊結合理論與實作課程，並試辦導入「政府網站服務品質量測與精進機制（草案）」（以下簡稱量測機制），參加人員除機關網站維運同仁外，另邀請設計專家及一般民眾共同參與，透過工作坊集體腦力激盪與量測機制之量表自評，作為機關後續網站優化的參考依據。

本建議報告包含目的、需求調查與分析、「網站首頁」及「網站服務流程」分析與建議，最後結語等部分，將依序說明，作為機關後續網站優化的參考依據。

二、目的

透過使用者中心設計（UCD）工作坊，讓機關同仁瞭解並實際運用使用者中心設計概念、量測機制及相關工具，同時與設計顧問、一般民眾溝通協作，整理出具體可行的網站精進方案，以從做中學的過程中，期望有助提升機關人員網站設計規劃專業知識，以及提升機關網站友善性與使用者體驗。

三、需求調查與分析

藉由需求調查與分析，讓服務提供者(機關人員)與服務使用者(民眾)的需求更聚焦，從而使網站的優化方向更準確，相關說明如下：

(一)網站服務及目標族群

1. 網站服務簡介

OOOOOOOOOO (網址：[OOOO](#)，以下簡稱為 OOO) 為國內首座國立數位公共 OO 館，兼具實體與數位雙軌閱讀服務，善用智慧科技提升 OO 館服務。以全國民眾為服務對象，輔導全國各級公共 OO 館為任務。主要服務為將其豐富之典藏資源與服務，呈現於網站並線上推廣使用。實際到館之讀者，可透過本網站查詢入館與辦證規定、查詢館藏、預約空間等資訊；無法到館之讀者，可使用 OOO 之數位資源，例如電子書、繪本及影音資料庫等。

因 OOO 定位獨特，前來參觀之使用者數量多。為因應大量之參訪需求，OOO 提供團體參訪導覽之線上預約服務。此項服務已設立十二年以上，每年約有近 200 場參訪導覽之預約，共計七千餘人參訪，如圖 1。

4. 網站服務量能



圖1：OOO 服務量能

2. 網站目標族群

(1)全國大眾：OOO 為國立 OO 館，可服務全國民眾，包括實際到館之讀者及全國各地之數位資源使用者。具備豐富之線上資源，服務可跨越地域之限制。例如青少年、嬰幼兒、成人、兒童、樂齡族群、親子族群及身心障礙者，如圖 2。

(2)OO 館同業及教育工作者：「參訪導覽」服務為辦理團體參訪導覽，採團體進行，主要使用者為 OO 館同業及教育工作者。



圖 2：OOO 網站服務族群

(二)網站使用痛點與需求分析結果

設計顧問依機關人員彙整內部需求和痛點資料（機關網站需求深入調查表，請參見附件一），進行機關需求訪談，瞭解網站現況與需求，於訪談後進行使用者調查，設計顧問藉由使用者調查結果分析資料（設計顧問已於 113 年 3 月 13 日工作坊期間上臺分享，請參見附件二機關網站使用者調查簡報資料），並發掘核心問題，相關說明如下：

1. 首頁未能呈現 OOO 特色：使用者進入首頁，第一眼看到之內容與書籍及電子書無關，使用者無法判斷 OOO 提供哪些服務，且未彰顯網站特色與吸引力，導致讀者缺乏探索網站之動力。
2. 網站資訊未梳理：導航列列出 OOO 各項服務項目，服務項目眾多，過多資訊易讓使用者迷失其中。數位服務區塊功能不明確，易被忽略。
3. 網站導覽列與選單用詞不易理解：導航列之分類與用詞從 OO 館資訊領域及 OOO 館方角度出發，非使用一般大眾熟悉之語詞，使用者易感到困惑，且難以找到所需服務與資源。

(三)優化標的

網站首頁與主要服務流程的優化是本次工作坊的目標。完成需求調查與分析後，經過機關同仁與設計顧問討論，決定將「參訪導覽」作為主要服務流程進行精進，選擇的原因為「參訪導覽服務設置已久且使用者數量多，未改版過」、「參訪導覽為認識 OOO 方式之一，應擴大原有團體參訪導覽服務之範圍」。

四、「網站首頁」分析與建議

針對首頁進行分析並提出優化建議，詳細說明如下：

(一)分析結果

1. 未依使用者類型設計引導入口

使用者於 OO 館分為有無借閱習慣，以及使用 OO 館為工作或休閒意圖。依借閱習慣及意圖將使用者區分為四種類型，如圖 3。

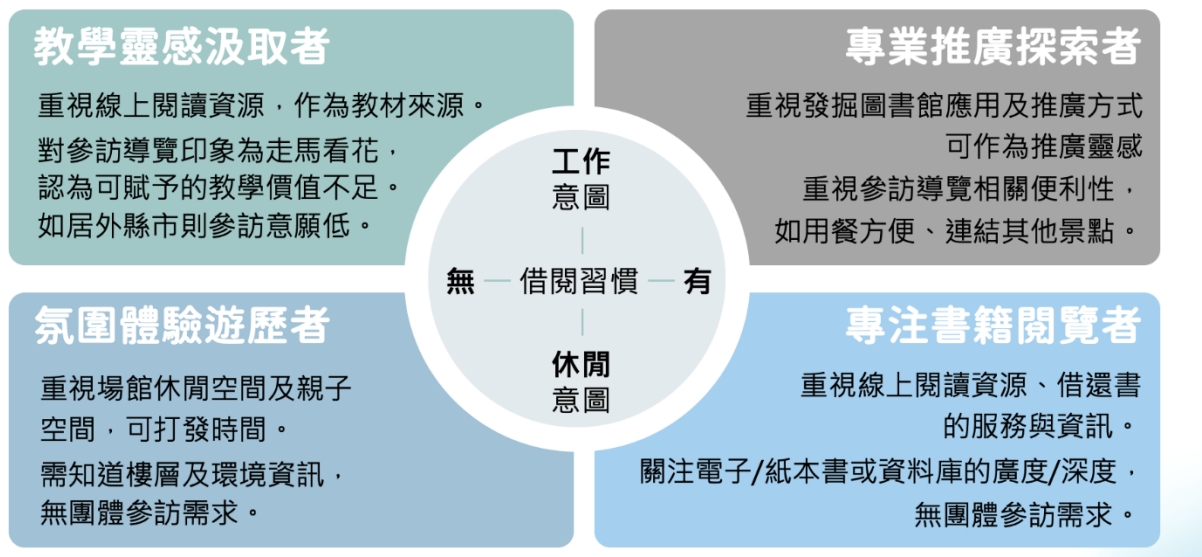


圖3：使用者區分為四種類型

- (1)專業推廣探索者：大多數為 OO 館相關從業人員，對 OO 館是熟悉的，想多瞭解 OO 館規劃及設計之原因與巧思，以及讀者實際反饋，對 OO 館有進一步探索慾望。參訪過程中所得到的收獲，能作為未來規劃 OO 館服務及室內裝修上之啟發。
- (2)教學靈感汲取者：大部份為學校老師，對於 OO 館之需求，主要為教案啟發或把 OO 館規劃進課程，期望能引導學生熟悉 OO 館，進而頻繁地使用 OO 館。規劃教案耗費心力，若能提供配合 OOO 特色之教案，讓老師們或自學之孩子家長們，於規劃教案時，將線上資源設計於教案內並加以應用，讓 OO 館運用不

只侷限於實體館內。

(3)專注書籍閱覽者：最常使用 OO 館資源之使用者，主要是來借書、還書及看書，能找到並借到想看之書籍為對 OO 館之首要需求，且特別關注新書通報。這類型使用者最易成為經常性使用 OOO 之使用者。

(4)氛圍體驗遊歷者：把 OO 館當成休閒場所之使用者，不論是來拍照打卡，或家長帶孩子來體驗 OO 館氛圍。此類型使用者在意 OO 館能提供放鬆氛圍是重要的，以及有不同年齡層之閱覽空間，可不被打擾。

四種類型之使用者分別有不同之需求與困擾（如表 1），目前網站設計未能引導不同需求使用者找到各自的入口。首頁為引導使用者認識 OOO 之入口，讓使用者清楚瞭解並對 OOO 感興趣，方能引發後續行動，例如來館參訪、借閱線上及實體館藏等行動，進而達到推動閱讀之目的。

表1：使用者需求與困擾

	氛圍體驗遊歷者 (重氛圍)	專注書籍閱覽者 (重內容)	教學靈感汲取者 (重啟發)	專業推廣探索者 (重規劃)
族群特色	<ol style="list-style-type: none"> 1. 臺中周圍縣市居民。 2. 無明顯閱讀習慣，但會受新景點等吸引而前往。 3. 帶孩子接觸新事物。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 有固定閱讀習慣的人，不論實體書或電子書。 2. 會協助孩子借還書。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 學校老師。 2. 會帶領孩子校外教學 3. 重視學生的學習成長。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.OO 館從業人員。 2.重視所屬 OO 館發展。 3.會參加 OO 館相關論壇及國內外參訪等活動。
動機	<ol style="list-style-type: none"> 1. 自己或帶孩子接觸更多未知及新奇的事物。 2. 新場館、新設施、新活動。 3. 知名景點。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 取得想看的書籍資料。 2. 想知道最新書籍的消息。 3. 預約的書是否已可借閱。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 帶領孩子更熟悉 OO 館，並培養學生資訊取得、資料應用的能力，甚至喜歡 OO 館。 2. 教案需推陳出新， 	<ol style="list-style-type: none"> 1.避免閉門造車，需觀摹其他 OO 館的作法。 2.了解其他 OO 館的理念、空間佈置。

	氛圍體驗遊歷者 (重氛圍)	專注書籍閱覽者 (重內容)	教學靈感汲取者 (重啟發)	專業推廣探索者 (重規劃)
			從 OO 館裡找新的靈感。 3. 配合教學的活動。 4. 研討會順道至周邊。	3.了解運用空間展現該館特色 4.研討會順道至周邊。
需求	1. 重視場館休閒空間及親子空間。 2. 體驗活動。 3. 可以待一整天的地方。	1.外縣市重視電子書資源。 2.臺中市民重視可自助借還書，可作為借閱內容。	1. 重視電子書線上資源，可作為教案素材。 2. 若有應用 OO 館書籍的教案分享是加分項。	1.想深度了解 OO 館理念及規劃。 2.重視發掘 OO 館應用方式、推廣方式。可作為推廣靈感。
困擾	1. 無法在較短時間內，找到 OO 館介紹。以致無法決定是否前往，或判斷逛哪一區。 2. 網站資訊量，對國小低年級學童來說閱讀量太大。	無法第一時間知道 OOO 的特色，以為和地區性公共 OO 館沒有差異。	1.無法第一時間知道 OOO 的特色，以致無法判斷是否可以從這裡獲得不一樣的資源。 2.距離太遠，或周邊環境未必能滿足校外教學需求。	參訪只是看到可能性，實際運用仍需長期評估。
參訪需求	需要知道樓層介紹、環境介紹，無團體參訪需求。	比較需要更容易知道電子書、電子資源的廣度及深度，無團體參訪需求。	對參訪導覽印象為走馬看花，認為可賦予的教學價值不足。若為外縣市則參訪意願低。	重視帶團便利性，包含用餐安排、交通等。

2. 缺乏探索 OOO 之誘因

進入 OOO 網站，使用者視線第一眼會落在左側之輪播圖片，輪播圖片主要為活動照片（如圖 4）、AI 館員及電子書服務平台（iLib Reader）應用程式之介紹等內容，與使用者在意之項目無關，亦看不出 OOO 之特色。

使用者進入網站期待看到書籍、電子書及空間介紹等內容，因未能於進站就看到想要之資訊，導致缺乏進一步探索網站之動力，

無法引發後續行動。



圖4：首頁輪播圖與熱門服務

3. 網站資訊呈現方式雜亂

(1) 熱門服務快捷鍵受輪播圖影響

首頁提供常用服務之快捷鍵（如圖 4），位於進站之右側區域，位置相當醒目，但因左側之輪播圖不斷地切換畫面，部分使用者忽略這些快捷鍵，甚至於網站內多次查找，仍未找到「參訪導覽」服務。亦有受訪者直言：「整個網站太多東西要看，會不知道重點是什麼。」，顯示首頁呈現方式讓使用者感到混亂。

(2) 數位服務區塊易被忽略

數位服務區塊缺乏相關說明（如圖 5），使用者認為功能不明確，無法由服務名稱看出數位服務提供之內容，導致大部份使用者皆略過此區塊。網站未能有效呈現 OOO 豐富的數位服務及特色。



圖5：首頁數位服務區塊

(3)樓層導覽不易找到且易用性低

空間規劃為 OOO 特色之一，目前網站樓層空間介紹藏在不易找到之地方，使用者須從導覽列找到「來館資訊」再點選「樓層空間導覽」，方能看見相關資訊，如圖 6。此設計讓使用者不一定會點進這一頁，從而失去把 OOO 樓層資訊分享給大眾之機會。



圖6：「樓層空間導覽」不易找到

「樓層空間導覽」頁面之主圖為環景導覽（如圖 7），部分使用者看到環景導覽區就直接跳離此頁面，缺乏進一步探索的動機。若使用者願意往下滑，發現各樓層介紹都位於同一頁，瀏覽頁面過長。

各樓層介紹區塊於環景區塊下方，各樓層介紹上方有顯示各樓層之超連結按鈕，但使用者向下滾動網頁後，各樓層之超連結按鈕就不再顯示，使用者僅能滾動網頁來找到目標樓層，易用性較低。

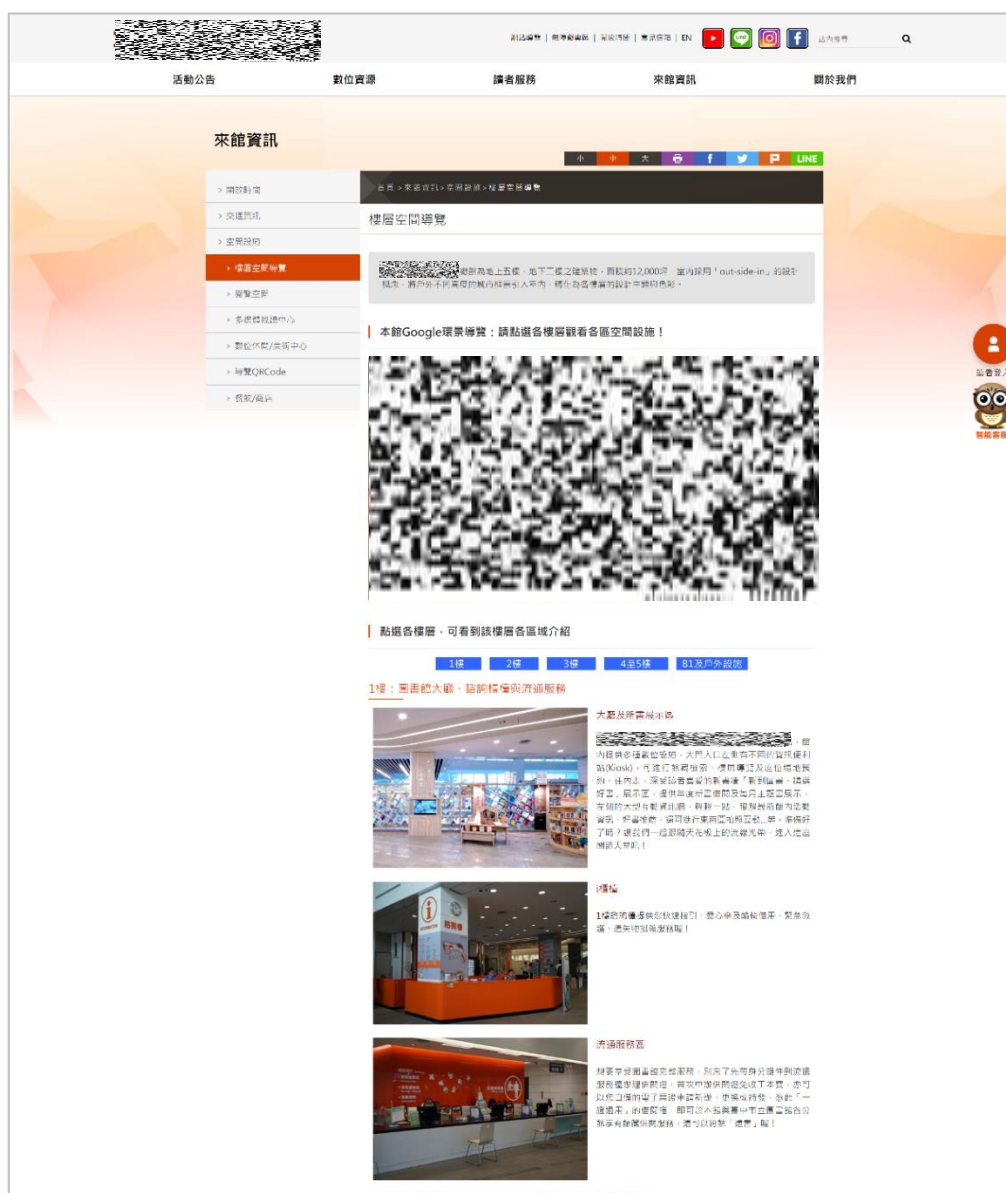


圖7：樓層空間導覽

4. 導航列內容過多且用詞非一般民眾認知

導航列列出 OOO 各項服務 (如圖 8)，服務內容相當豐富，但過多資訊易讓使用者迷失其中。OO 館從業多年之受訪者表示：「OO 館網頁有時候就是藏了很幾層，不是那麼直覺式，就不一定找得到資源。」，顯示目前網站結構分層較為複雜，使用者須費時探索，方能學會使用。

導航列之分類與用詞主要是從 OO 館資訊領域及 OOO 館方之角度出發，並非使用一般民眾習慣用語，易讓使用者感到困惑。例如「借還書」須從「讀者服務」之選單內容、查找「電子書」須從「數位資源」之選單內容，才能找到。「數位資源」易被使用者聯想為 CD、VCD 及數位串流等影音資源，而非電子書。

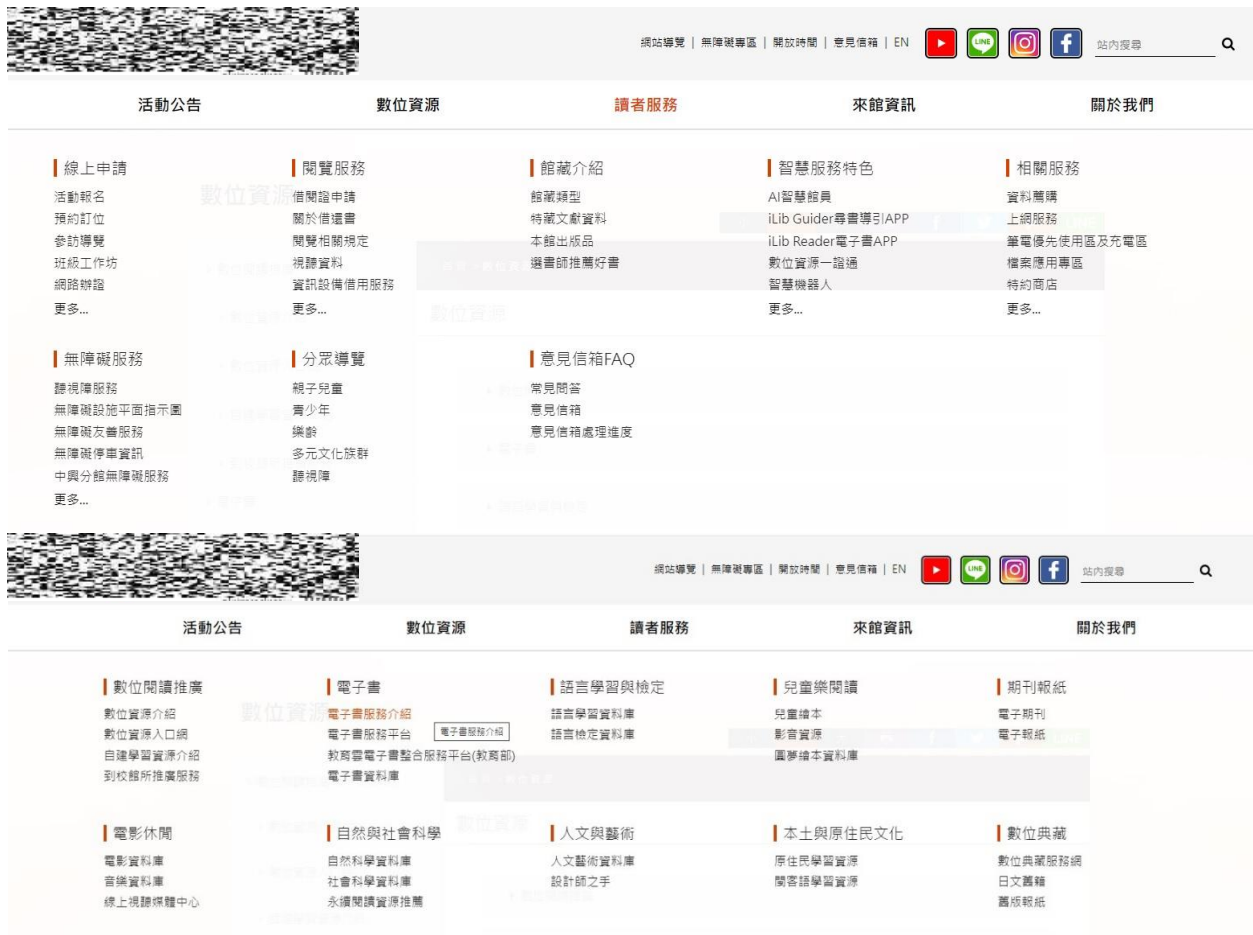


圖8：OOO 導航列

5. 活動區塊視覺編排不易閱讀

活動區塊分為兩個部分，左側為活動列表，右側為當期主題海報，如圖 9。此設計易造成使用者視線不斷於左右兩側移動，左右內容不一致，造成使用者於閱覽時感到困惑及疲乏。多名受訪者表示「畫面看起來很亂，不想看了，不易吸引他們的注意力」。



圖9：活動區塊視覺編排不易閱讀

6. 新書通報區塊未有封面圖示

新書通報區塊因系統架構過舊，封面未顯示圖片（如圖 10），無法有效地引起使用者注意。

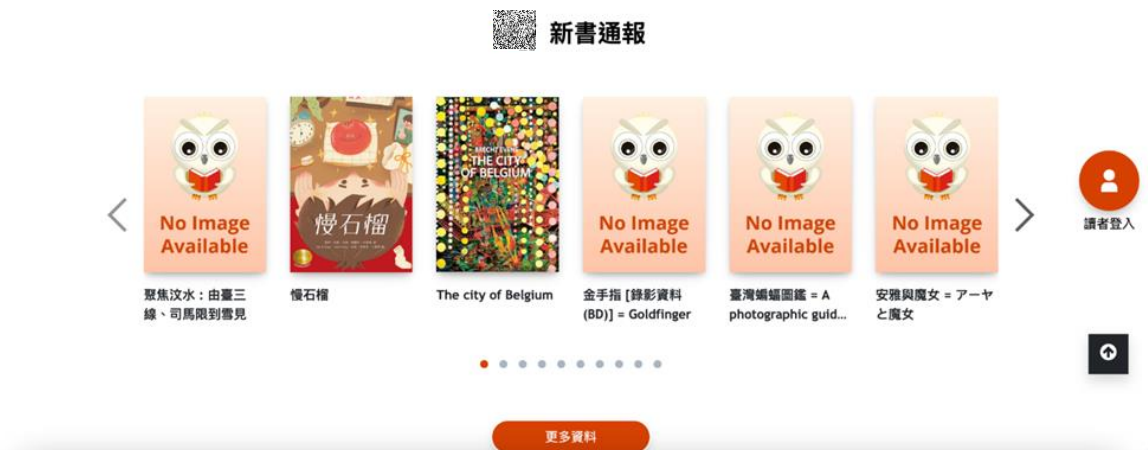


圖10：新書通報區域

(二)設計原則建議

設計顧問依據上述「分析結果」，運用 Jacob Nielsen 十大網站體驗設計原則¹，進行評估和導入策略，其中 2 項可用來檢視網站首頁的設計，相關說明如下：

1. 讓使用者去認知而非記住系統 (Recognition rather than recall)

減少使用者需要記憶的事情、行動和可見的物件。使用者不應該去記住資訊的流程和步驟。使用說明應在適當的方式都可以讓使用者輕易的看到和取回。

OOO 之使用者包含頻繁使用網站之書籍借閱者，以及偶爾使用網站服務之使用者。網站設計和呈現方式，須滿足不同類型使用者之需求，讓使用者能有效操作及查找關鍵字，且更易上手。

2. 美觀和極簡設計 (Aesthetic and minimalist design)

資訊呈現不應該包括不相關或少用的資訊。對話框裡任何多餘的資訊都會讓重要的資訊的視覺明顯度下降。

依據使用者需求，調整網站資訊擺放順序。避免畫面內資訊過多，造成使用者瀏覽時之負荷。

(三)優化項目

依據分析結果與建議原則，提出 7 項優化項目，詳細說明如下：

1. 擬定優化重點

優化重點為呈現 OOO 服務特色、增加館藏資源運用量及增加

¹ 參考資料：Jacob Nielsen 十大網站體驗設計原則，<https://reurl.cc/0xNNWK>

來館吸引力等三項重點，如圖 11。



圖11：首頁優化重點

2. 引導使用者認識 OOO

建議於首頁導航列增加「認識 OOO」(如圖 12)，展示 OOO 特色及理念介紹，提供首次進站之使用者能快速理解 OOO 與其他公共 OO 館之差異。



圖12：主目錄新增「認識 OO 館」

點入後有「樓層導覽」、「智慧空間」、「影音閱覽」、「無障礙服務」及「團體導覽」等服務項目(如圖 13)，以進一步引導使用者探索 OOO 資源及獨特之處。



圖13：「認識 OOO」之服務項目

3. 以使用者習慣用詞重新彙整導航列服務名稱

原本導航列為「活動公告」、「數位資源」、「讀者服務」、「來館資訊」及「關於我們」等服務項目，服務項目命名多為機關角度出發。建議重整導航列分類及命名，例如「認識 OOO」、「數位資源」、「館藏」、「活動」、「書展」、「親子」及「關於」等服務名稱，如圖 14。



圖14：導航列區塊

4. 資訊呈現依需求分層級呈現

OOO 服務項目多元，除導航列亦可增設常用功能快捷鍵（如圖 15），快捷鍵區塊與其他區塊採用上下配置，以符合使用者瀏覽網頁之習慣。

常用功能以圖像視覺化呈現（如圖 15 紅框處），協助使用者能快速找到所需功能。原「數位服務」顯示於輪播圖區塊及首頁下方區塊，輪播圖以活動為主，為讓數位服務有更佳曝光區塊，建議設置「數位服務 APP」快捷鍵。



圖 15：常用功能視覺化，增加服務快捷鍵

5. 重整服務資訊架構

依據使用者之重要性調整首頁服務區塊順序（如圖 16），服務區塊由上至下排序為「活動展覽」、「新進資源」、「活動資訊」及「探索資訊 OO 館」等區塊。專注書籍閱覽者於「新進資源」找到想看之書；教學靈感汲取者於「活動資訊」找到探索方向；專業推廣探索者於「探索資訊 OO 館」挖掘不同特色之 OO 館，並進一步尋求交流。

大部份使用者進站任務目標為查找藏書內容，建議將網站「新書通報」命名改為「新進資源」，「更多資料」按鈕命名改為「查詢館藏」，引導使用者行動作查詢，讓使用者能立即閱覽新進及原有藏書之內容及特色。

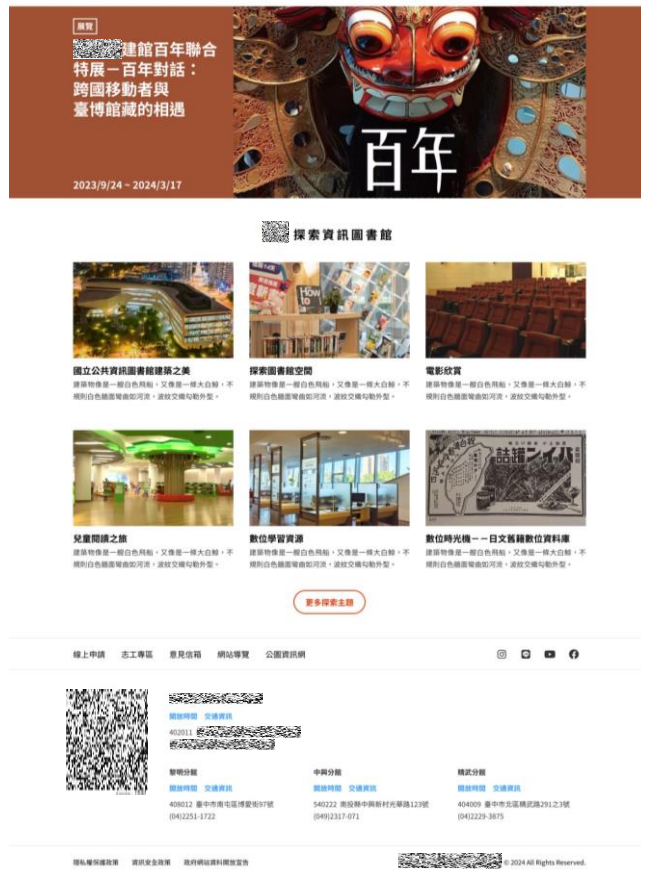


圖16：首頁服務區塊順序調整

6. 調整資訊視覺設計

(1)強化視覺吸引力，「新進資源」之新書封面建議增加圖示，如圖17。

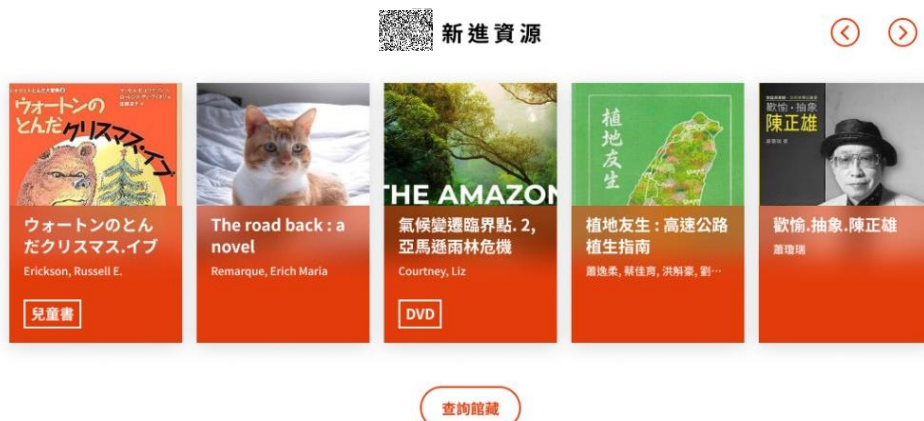


圖17：新進資源區塊增加書籍封面

(2)重新設計活動資訊區塊之呈現方式，活動資訊增加標籤，可分為「閱讀講座」、「研習活動」、「藝文展覽」、「兒童活動」、「分館活動」、「視聽障活動」及「行政公告」等標籤，並移除活動海報，以兼顧視覺呈現及 OOO 館員系統維運需求，如圖 18。藉由提供明確之活動資訊，提升外縣市師生參訪意願。



圖18：活動資訊區塊

7. 增加「探索資訊 OO 館」的區塊

以照片代替原導覽列文字，如圖 19。建議規劃特色導覽內容，例如引入建築空間之特色，以達成特色行銷並吸引讀者來館。



圖19：探索資訊 OO 館區塊

五、「網站服務流程」分析與建議

機關網站以「參訪導覽」為主要服務流程進行精進，運用角色人物誌（Persona）與顧客旅程地圖（Customer Journey Map）瞭解使用者行為，進而分析使用者在服務流程關鍵步驟所遇到問題，並提出優化建議，詳細說明如下：

（一）使用者行為分析紀錄

1. 「參訪導覽預約」角色人物誌，如圖 20。



圖20：「參訪導覽預約」角色人物誌-專業推廣探索者

2. 「參訪導覽」服務的顧客旅程地圖

利用「顧客旅程地圖」工具進行網站使用者流程分析，將蒐集到的使用者與利害關係人訪談資訊透過視覺化和圖表化，拆解使用者的使用流程、行為動作、接觸點、情緒波動和痛點等，進而檢討服務過程的缺失，以作為設計精進的參考。

前述使用者類型之「專業推廣探索者」為團體參訪導覽之主要使用者，預約團體參訪導覽之顧客旅程地圖，如圖 21。

階段	使用前	使用中	使用後			
目標	已經知道國資圖，想尋找參訪資訊	尋找參訪導覽細節	觀看參訪導覽規則	預約參訪導覽	完成預約	
行為	搜尋國資圖網站	點進參訪導覽	另開分頁的網站跳出不安全警訊只能硬點進去	看導覽資訊	輸入預約資料	送出預約申請
接觸點	Google搜尋	首頁>參訪導覽>另開分頁	不安全警訊 >仍要進入網站	導覽行程介紹	導覽服務申請表	
想法	國資圖好像很厲害，很值得參觀	首頁右側就有參訪導覽的按鈕可以點選，很好找	這個網站可以信任嗎？但要用還是得點...	太長了吧，懶得看	聯絡資訊要填三個人也太多！哪些是必填資訊啊？給全部都要填喔...	終於填完了，有點難用，但至少可以用
情緒	😊	😊	😞	😞	😞	😊
痛點	無	無	不知道網站可否信任，又不得不使用	資訊太多，找不到重點	輸入三位聯絡人的資訊重複	希望預約完成後，可以收到信件通知 必填欄位標示不清

圖21：顧客旅程地圖－預約參訪導覽

(二) 流程關鍵步驟

依據此次工作坊之易用性測試情境：使用者想去 OOOOOOOOOO 參訪，聽說有導覽預約功能，希望可先預約。使用者完成任務「參訪導覽預約」須操作 6 個關鍵步驟，如圖 22。



圖22：「參訪導覽預約」服務流程關鍵步驟

(三) 關鍵步驟分析結果

依搜尋服務前與流程關鍵步驟做分析，詳細說明如下：

1. 首頁點擊「參訪導覽」

- (1) 詳述請參見本報告第四章節「『網站首頁』分析與建議」之「(一) 分析結果」，第 1 項與第 2 項。
- (2) 網站架構老舊未符合規範，導致使用者一進入網站就跳出警示訊息（如圖 23），使用者擔心網站不安全而不敢點進去。
- (3) 「參訪導覽」頁面設計和 OOO 首頁設計風格不一致，未與 OOO 首頁整合且缺乏點與點之間的連結，使用者須點回首頁尋找相關資訊，例如樓層介紹及交通資訊等資訊。

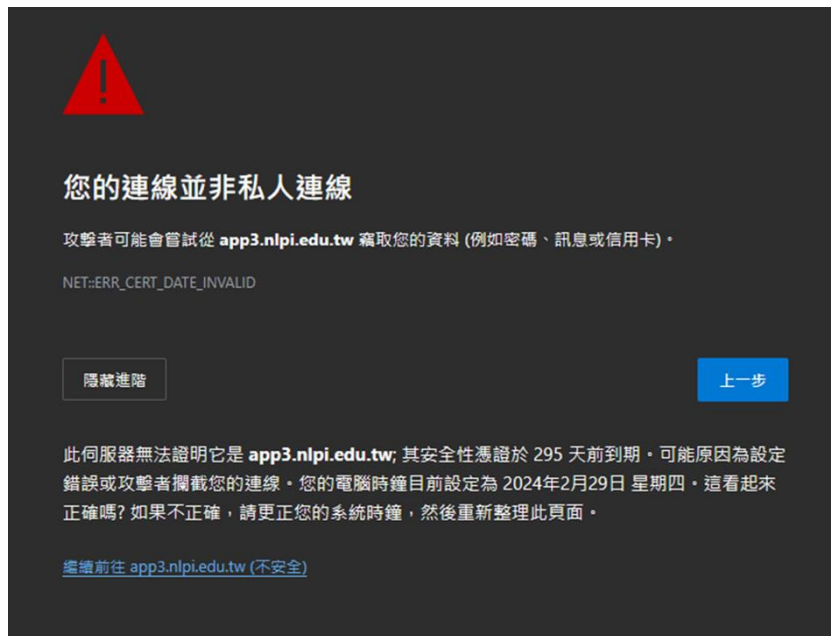


圖23：進站不安全網頁警示

2. 選擇參訪導覽行程

使用者於未知導覽行程之情況下，就須選擇服務導覽項目（如圖 24），易讓使用者感到困惑。



為凸顯本館各項服務，並因應不同機關團體的特殊需求，本館特規劃多條服務導覽路線，針對各種的導覽需求與目的，提供多元化的選擇。您可自行切換服務導覽的不同路線，個別瀏覽該條導覽路線的相關導覽資訊。

服務導覽項目：

本館，是您與世界接軌的重要窗口，
感謝您給我們機會介紹圖書館的各項服務，
為了讓資源能充分被利用，
申請導覽前，請先閱讀以下說明：

圖24：頁面未先顯示導覽行程

導覽介紹以文字為主（圖 25），資訊過多，缺乏重點及圖片。因未呈現出導覽特色，無法吸引使用者。

四、預約辦法

1. 欲至館內參訪請於14~60天內至本館官網線上申請；若人數達50人以上亦可以電話預約。
2. 線上系統申請參訪導覽，需收到線上核准通知始完成申請程序，審核作業時程為5個工作天。
3. 參訪日期如需取消或異動，請於至少三日前通知本館，未於三日前通知或臨時取消達兩次紀錄者，本館得取消該單位未來一年內申請資格。
4. 完成預約無故未到者，本館得取消該單位未來二年內申請資格。


五、導覽內容：國小學童(7-12歲)參觀行程約60分鐘

1. 一樓：【圖書館大廳】、【流通服務區】、【自助借書區】、【預約自助取書區】、【兒童學習中心】、【微型圖書館】、【自助還書區】
2. 二樓：【數位休閒中心】、【數位美術中心特展】
3. 三樓：【世界之窗特展區】
4. 五樓：【青少年區】

圖25：文字說明缺乏吸引力

3. 點擊「預約導覽申請」按鈕

「預約導覽申請」按鈕位於頁面最下方（如圖 26），多名受訪者表示不易找到。



The screenshot shows a form with a checkbox and a button. The checkbox is located at the top left of the form area, with the text "我已仔細閱讀並明瞭導覽相關資訊與申請注意事項等所載內容，茲同意遵守館方的相關規範。" to its right. Below the checkbox is a grey button with the text "預約導覽申請". The form is enclosed in a light grey border with a blue vertical bar on the right side.

我已仔細閱讀並明瞭導覽相關資訊與申請注意事項等所載內容，茲同意遵守館方的相關規範。

預約導覽申請

圖26：「預約導覽申請」按鈕位於頁面不醒目地方

4. 填寫預約表單

- (1) 必填欄位標示不清，使用者以為多數欄位為非必填，於點選「確認送出」後，系統才跳出提示方塊。填寫過程不流暢，讓使用者感到挫折。
- (2) 須填寫之聯絡資訊過多，「單位負責人」、「領隊」及「單位聯絡人」等三種職位，定位不明且性質重複（如圖 27），使用者於填寫時感到困惑與煩躁。

導覽服務申請表

- 為協助您進一步了解圖書館，本館提供附加導覽行程，申請後館員將依實際人力支援情況審核，請參考您所需的申請項目所需總時數填寫參訪時間。
- 為維持導覽品質，館內導覽時需配戴導覽機，請預留配戴及歸還時間各約5-10分鐘。

01 導覽申請資訊

以下均為必填欄位

導覽行程	基本行程-成人(23歲以上)		
參訪單位	<input type="text"/>	學校單位	▼
優先參訪日期	年 月 日	<input type="button" value="查詢可供申請日期與時段"/>	
優先參訪時間	時 分	~	10 時 00 分
參訪人數	<input type="text"/>	人	
特殊需求(本項非必填)	<input type="checkbox"/> 其他 <input type="text"/>		
	<input type="checkbox"/> 外語導覽		
	<input type="checkbox"/> 攝影證(請填寫張數，約25人一張) <input type="text"/>		

02 參訪單位資訊

單位負責人	姓名	<input type="text"/>	職稱	<input type="text"/>
領隊	姓名	<input type="text"/>	職稱	<input type="text"/>
單位聯絡人	姓名	<input type="text"/>	職稱	<input type="text"/>
	聯絡電話	<input type="text"/> - <input type="text"/>	手機	<input type="text"/>
	分機	<input type="text"/>		
	Email	<input type="text"/>		
	地址	<input checked="" type="radio"/> 國內 <input type="text" value="未填"/>		
	鄉鎮市區 <input type="text" value="未填"/>			
	<input type="radio"/> 海外			

圖27：預約申請表單不易填寫

5. 選擇預約時間

(1) 點擊「預約」按鈕卻出現額滿訊息（如圖 28），額滿訊息標示不明確。

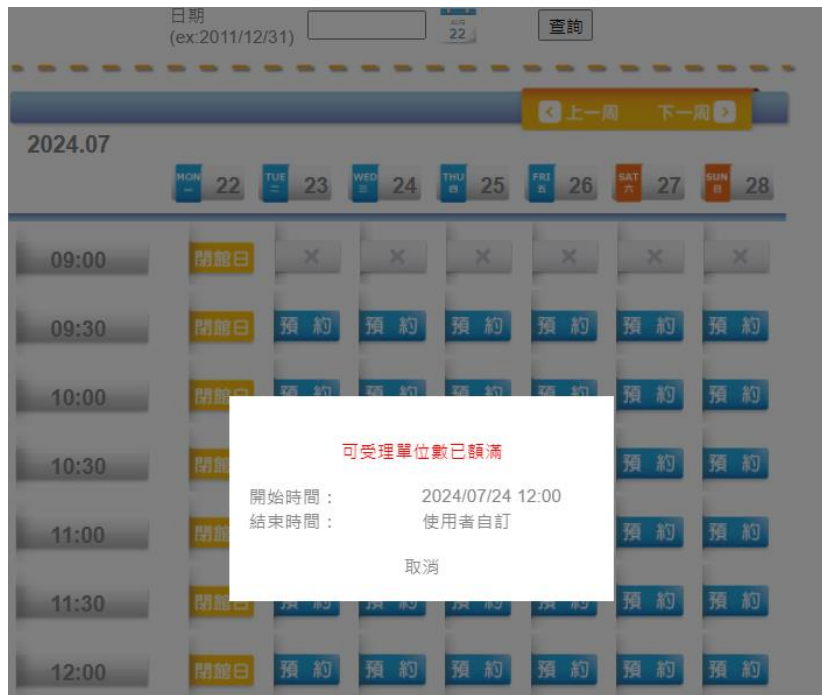


圖28：額滿時可點選「預約」按鈕

(2) 系統使用符號 X 來標示部分時段，但未提供說明，使用者無法理解符號涵意，如圖 29。

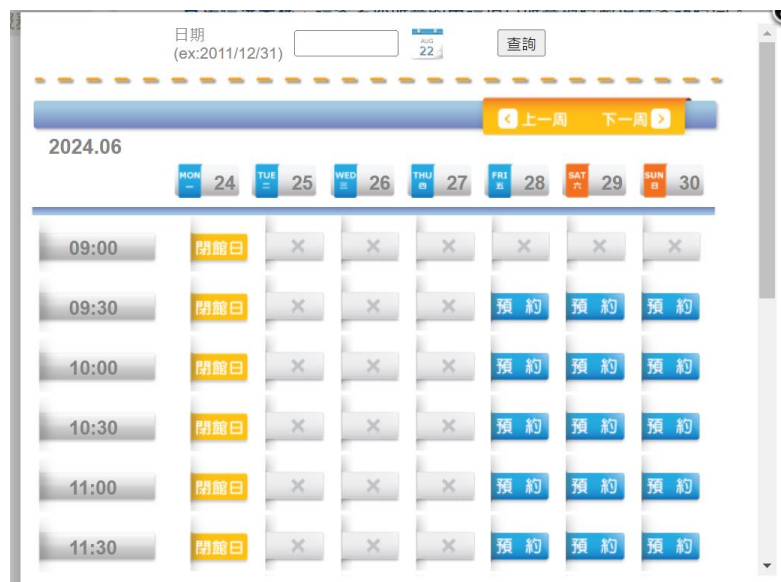


圖29：標示符號未能看出是否額滿

6. 確認申請結果

缺乏取消與修改機制。參訪單位名稱與性質寫於同一欄位，資訊排版方式不易閱讀。參訪單位未匿名（如圖 30），且「優先參訪時間」直接公開於網站上，缺乏隱私安全。

申請狀態列表

本列表預設顯示所有即將進行的申請資訊，如需檢視其他時間的申請資訊，你可設定年、月瀏覽，或輸入參訪單位聯絡人名稱查詢相關資料。

參訪單位

優先參訪日期 2024 年 請選擇 月

狀態 請選擇狀態

參訪單位	優先參訪日期	狀態
非平面整合 (測試)公司行號	2024/03/01	核准
華盛頓中學學校單位	2024/03/05	核准
華盛頓中學學校單位	2024/03/06	核准
台中市立五權國中學校單位	2024/03/06	核准
大鵬國小4年1及4班學校單位	2024/03/07	核准
臺中市益民國小學校單位	2024/03/07	核准
南投縣坪頂國小學校單位	2024/03/09	核准
中華民國資訊軟體協會(測試)學校單位	2024/03/12	審核中
新北市新泰國中學校單位	2024/03/15	核准
國立臺灣大學 (測試) 圖書館同業	2024/03/15	審核中

每頁顯示筆數 10 第1~10筆 共17筆

<< < 1 2 > >>

圖30：參訪導覽申請狀態不易讀

(四)設計原則建議

設計顧問依據上述「關鍵步驟分析結果」，運用 Jacob Nielsen 十大網站體驗設計原則，進行評估和導入策略，其中 2 項可用來檢視此服務流程的設計，相關說明如下：

1. 讓使用者去認知而非記住系統 (Recognition rather than recall)

減少使用者需要記憶的事情、行動和可見的物件。使用者不應該去記住資訊的流程和步驟。使用說明應在適當的方式都可以讓使用者輕易的看到和取回。

使用者預約導覽常見步驟含：1.瞭解導覽行程內容、2.瞭解導覽的限制條件、3.瞭解配套服務、4.填寫預約表單（選擇時間、填寫個人資料）、5.確認預約完成及 6.取消與修改。

依照上述步驟呈現內容，明確介紹導覽行程，包含導覽行程有哪幾種、各種行程之差異及適合客群。讓使用者選擇行程，非直接顯示選擇項目。於排版上需讓申請按鈕更為顯目，而非灰色按鈕，方能符合使用者認知。

2. 美觀與簡化設計 (Aesthetic and minimalist design)

資訊呈現時不應包含較不相關或很少用到的資訊。介面中任何可省略的資訊都會讓重要資訊的視覺明顯度下降。尤其多數使用者習慣僅「瀏覽」而不「閱讀」，捨棄多餘資訊即能突顯重要資訊，同時亦能提高資訊的易讀性。

目前版面多為文字說明為主，缺乏吸引力。導覽介紹內容呈現方式類似公文，提供所有內容，但未依使用者需求之優先次序作呈現，導致內容難以閱讀。建議將內容分為主要參訪內容和次要參訪導覽細則，預約頁面可刪減不必要填寫之報名資訊。參訪內容以圖片輔助，讓參訪者更清楚自己將去什麼區域、環境及內容，激發參

訪者之期待及延伸想法。

(五)優化事項

依據分析結果與設計原則，提出 5 項優化項目，相關說明如下：

1. 重新規劃參訪導覽之範疇

擴展參訪導覽之概念，打破原本團體實體空間導覽，讓網站成為使用者認識 OOO 之起點，並進一步讓使用者想使用 OOO 其他服務。依訪談研究結果，使用者於認識 OOO，可分為四個面向：

(1)概念：OOO 之特色及理念

(2)空間：樓層及空間介紹

(3)資源：館藏及電子書

(4)服務：教育活動及專業交流活動

四種類型使用者對認識 OO 館面向之需求不同，如圖 31。建議網站依不同類型提供相對應之接觸點。

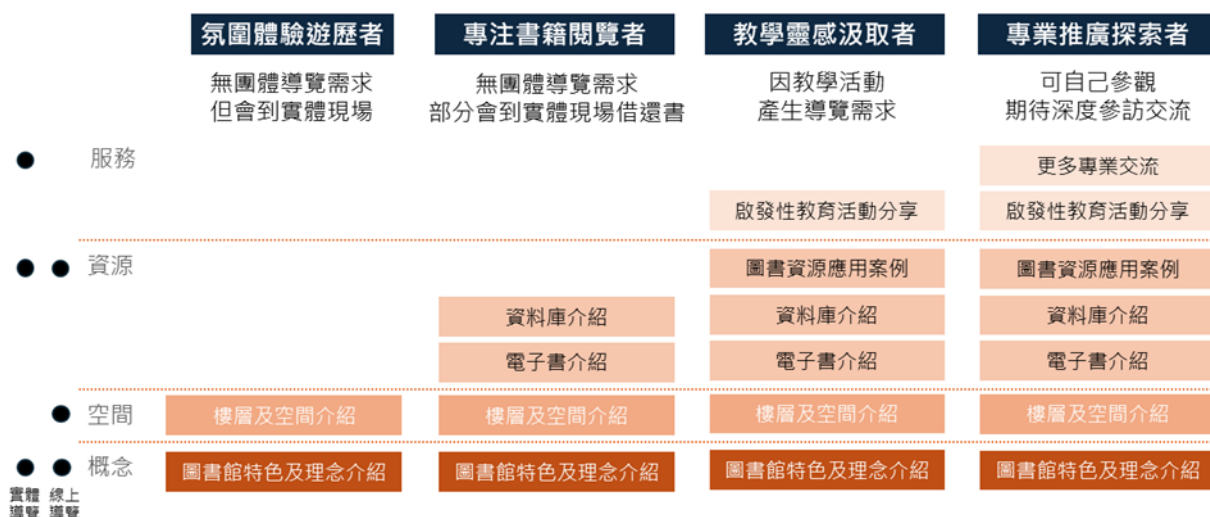


圖31：不同類型使用者之導覽需求

2. 提供不同類型使用者感興趣之探索起點

使用者分別為「專業推廣探索者」、「教學靈感汲取者」、「氛圍體驗遊歷者」及「專注書籍閱覽者」等四種類型。依使用者類型常用服務項目（如表 2）設計網站，詳細說明如下：

表2：使用者常用服務項目

使用者類型	服務項目
專業推廣探索者	<ul style="list-style-type: none">● OO 館介紹● 預約參訪導覽服務
教學靈感汲取者	OO 館數位資源
氛圍體驗遊歷者	樓層導覽
專注書籍閱覽者	借還書

(1)主目錄新增「認識圖資圖」

「認識 000」一詞更易讓使用者理解，使用者若想要多瞭解 000 之發展與場地介紹，可點擊該選項（如圖 32 標示 A），線上導覽 000。適合作為「專業推廣探索者」和「氛圍體驗遊歷者」之探索入口。



圖32：提供不同類型使用者探索入口

點進「認識 OOO」後，頁面以「樓層導覽」為主，讓「氛圍體驗遊歷者」或想要參訪 OOO 之使用者，先對 OOO 有初步理解。使用者之操作邏輯為瞭解樓層導覽及 OOO 後，想進一步瞭解或想帶學生孩子來參觀，則會申請團體導覽。

OOO 之「智慧空間」、「影音閱覽」、「無障礙服務」及「團體導覽」等服務極具特色，建議於「樓層導覽」頁一併呈現，使用者進入此頁後，可進一步地探索，如圖 33。

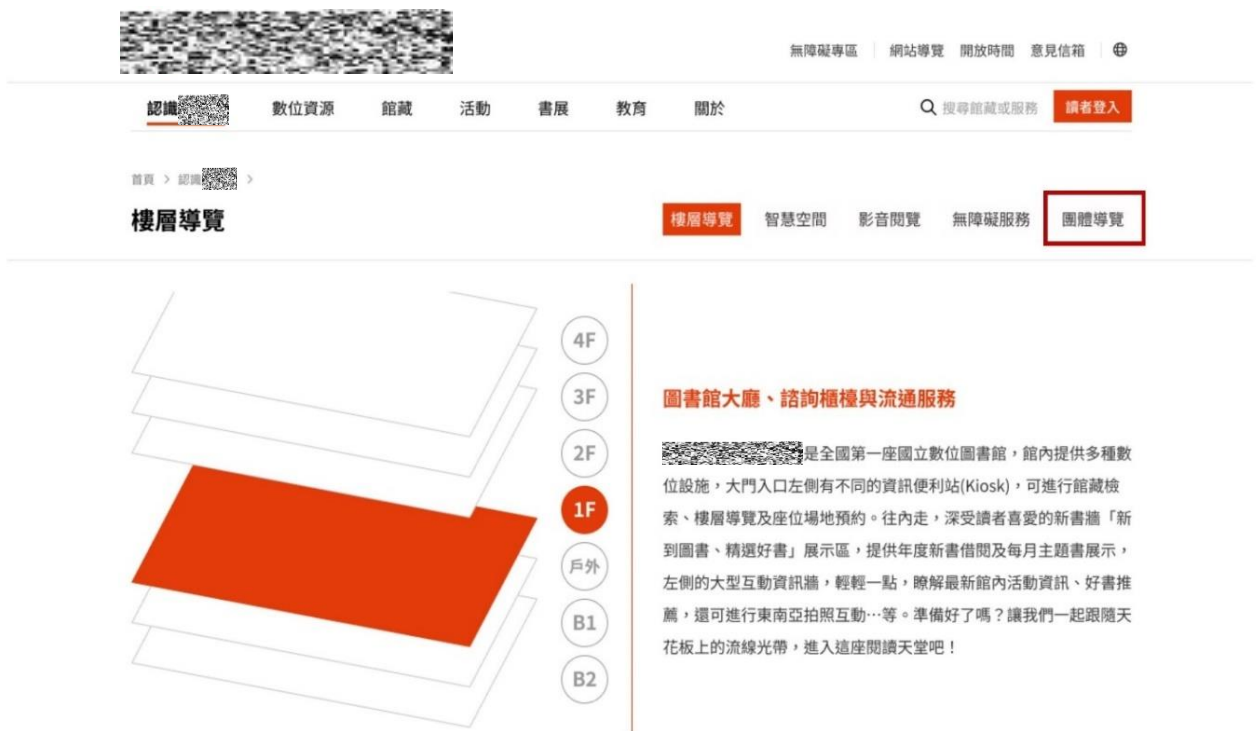


圖33：樓層導覽頁

(2)主目錄新增「教育」

OOO 對老師所提供資源及服務相當豐富，而老師為推廣 OO 館之重要角色。建議於主目錄新增「教育」(如圖 34 標示 B)，提供教育工作者一個專區，讓教育工作者感受 OOO 之用心，並引導教育工作者使用 OOO 資源，適合作為「教學靈感汲

取者」之探索入口。



圖34：主目錄增加教育專區

(3)熱門服務「借書還書」及「電子書」設為功能快捷鍵

依據使用者訪談結果，服務用最直接之詞彙，能使用者快速理解，例如「館藏查詢」調整為「借還書」。「借書還書」為 OO 館使用率最高之服務；「電子書」為 OOO 一大特色，建議把這二個熱門服務放於「功能快捷鍵」前兩個按鈕，如圖 34 標示 C。

(4)功能快捷鍵放上主題服務「團體導覽」

快捷鍵預設 7 個，依使用者於瀏覽頁面時之視覺習慣，最左及最右之位置為視線最易停留點，建議關鍵服務項目盡量往兩邊置放，如圖 34 標示 D。

「數位服務 APP」為 OOO 特色之一，未被民眾所知，建議放於快捷鍵之最右邊第一個位置；「團體導覽」放於快捷鍵之最右邊第二個位置。

3. 增加主題服務「團體導覽」形象照

建議透過團體導覽形象照（如圖 35），引導使用者帶入使用情境，增加使用者對主題服務之注視時間。

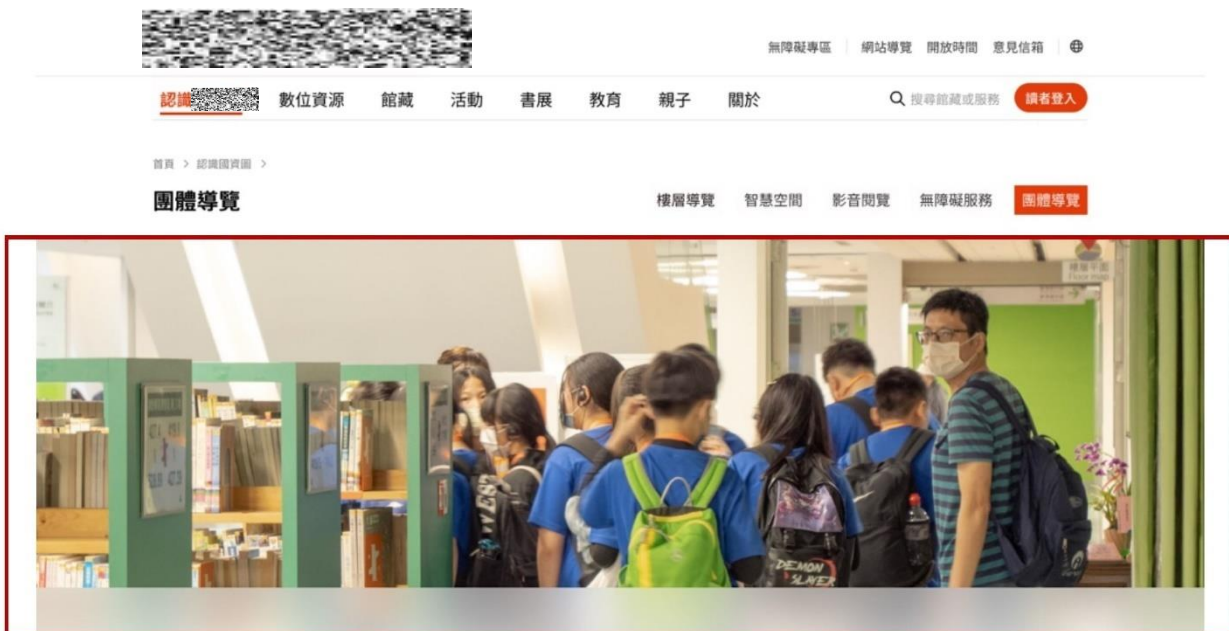


圖35：增加團體導覽頁形象照

4. 調整申請按鈕排版與顏色

點進「團體導覽」服務頁面，接在團體導覽形象照下方，提供「導覽申請辦法」、「線上申請導覽」及「申請狀態查詢」等三個按鈕，並將申請按鈕從灰色改為橘紅字（如圖 36）。讓較熟悉導覽服務的使用者，能直接進入申請流程；若不熟悉該項服務之使用者，點看「導覽申請辦法」，或直接往下看更多細節。

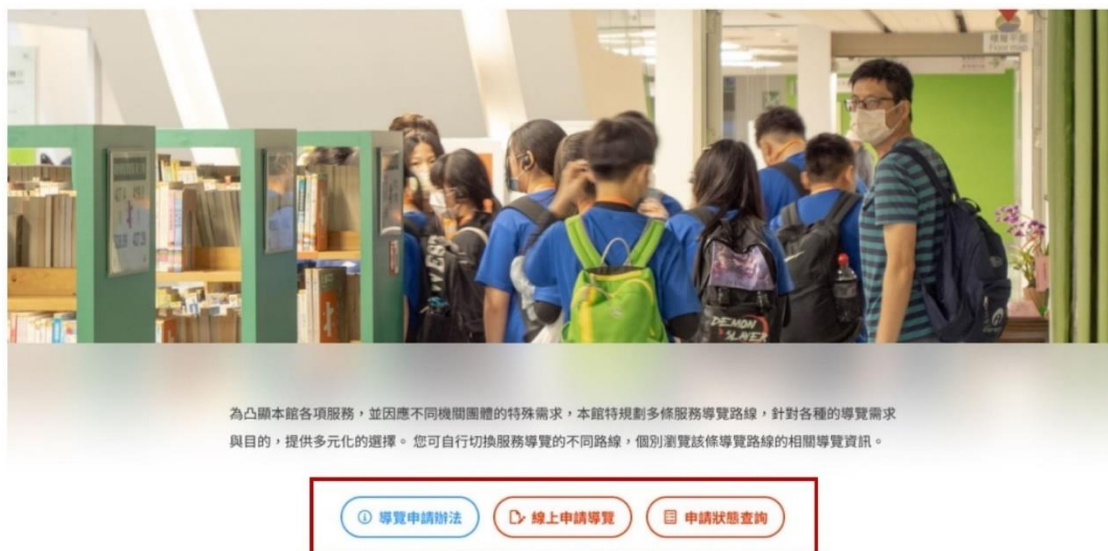


圖36：申請按鈕從灰色改為橘紅字

5. 提高導覽行程理解度

頁面以圖片加描述呈現網站既有四大導覽行程（如圖 37）並搭配導覽行程比較表（如圖 38），協助使用者可先對導覽行程有更全面瞭解，再進行預約。

導覽行程



兒童／7-12 歲

針對國小學童打造專屬導覽行程，導覽包含圖書館空間介紹，服務設施、設備使用，以及閱讀文化的培養。



青少年／13-22 歲

目標青少年族群專屬導覽行程，包含空間與閱覽介紹、閱讀與學習的利用，以及如何善用圖書館空間進行交流。

圖37：導覽行程

行程內容比較

收圖

	兒童／7-12 歲	青少年／13-22 歲	成人／23 歲以上	樂齡／55 歲以上
一樓				
圖書館大廳	●	●	●	●
流通服務區	●	●	●	●
自助借書區	●	●	●	●
預約自助取書區	●	●	●	●
兒童學習中心	●	●	●	●
微型圖書館	●	●	●	●
自助還書區	●	●	●	●
藝文展廳			●	
二樓				
數位休閒中心	●	●	●	●
數位美術中心特展	●	●	●	●
資訊檢索區		●	●	●
多媒體欣賞區		●	●	●
語言學習區		●		
三樓				
樂齡學習資源服務區			●	●
期刊報紙閱覽區		●	●	●
多圖資料中心		●	●	●

圖38：導覽行程比較

6. 增加「導覽主題」

既有的四大導覽行程以年齡為劃分依據。許多使用者對 OOO 很多地方感到好奇，非各個空間區域之介紹，而是各個空間背後之設計理念、選書背後之目的及意義等資訊。

建議於「導覽行程」區塊下方增加「導覽主題」(如圖 39)，將上述資訊寫成文章分享給讀者，讓無法團體參訪之使用者也能瞭解 OOO。

導覽主題



建築之美

建築物像一艘白色飛船，又像是一條大白鯨，不規則白色牆面彎曲如河流，波紋交織勾勒外型。



新書展示

每月展示不同主題的精選好書，供館內閱讀，讓更多愛書人享受看書的喜悅



豐富館藏資源

全國三大國立圖書館之一，資源豐沛。藏書逾百萬冊件，視聽及電子資源均逾14萬件。

圖39：導覽主題

六、結語

本次工作坊以評估「網站首頁」與「參訪導覽」服務流程現況為基礎，分析流程並提出協助服務提供者與服務使用者省工、省時之建議，說明如下：

(一) 首頁

1. 擬定優化重點：優化重點為呈現 OOO 服務特色、增加館藏資源運用量及增加來館吸引力等三項。
2. 引導使用者認識 OOO：於首頁導航列增加「認識 OOO」，展示 OOO 特色及理念介紹，點入後有「樓層導覽」、「智慧空間」、「影音閱覽」、「無障礙服務」及「團體導覽」等服務項目，以進一步引導使用者探索 OOO 資源及獨特之處。
3. 以使用者習慣用詞重新彙整導航列服務名稱：原本導航列服務項目命名多為機關角度出發，建議重整導航列分類及命名。例如「認識 OOO」、「數位資源」、「館藏」、「活動」、「書展」、「親子」及「關於」等服務名稱。
4. 資訊呈現依需求分層級呈現：OOO 服務項目多元，除導航列亦可增設常用功能快捷鍵，快捷鍵區塊與其他區塊採用上下配置，常用功能以圖像視覺化呈現，協助使用者能快速找到所需功能。
5. 重整服務資訊架構：依據使用者之重要性調整首頁服務區塊順序，服務區塊由上至下排序為「活動展覽」、「新進資源」、「活動資訊」及「探索資訊 OO 館」等區塊。
6. 調整資訊視覺設計：重新設計活動資訊區塊之呈現方式，活動資訊增加標籤，並移除活動海報。藉由提供明確之活動資訊，提升外縣市師生參訪意願。
7. 首頁依上述建議優化網站，輔導前後對照圖示如表 3。

表3：首頁輔導前後對照圖示

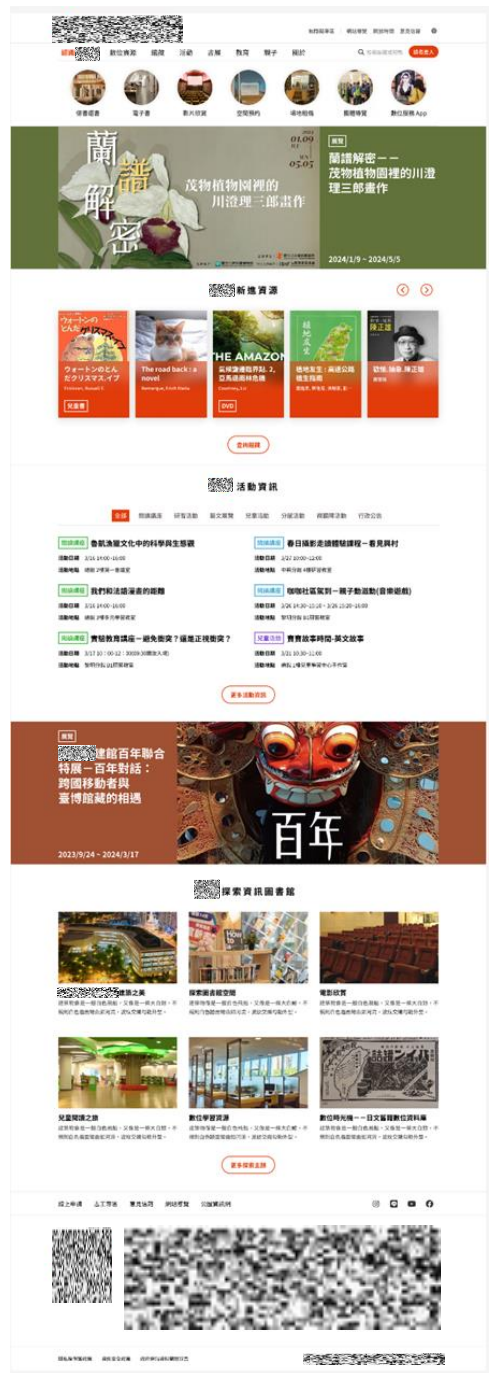
序

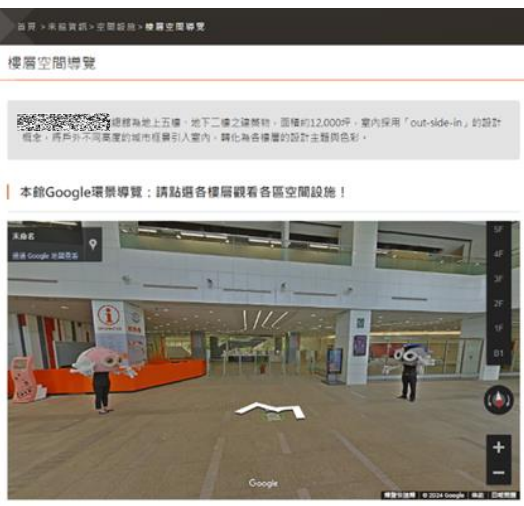
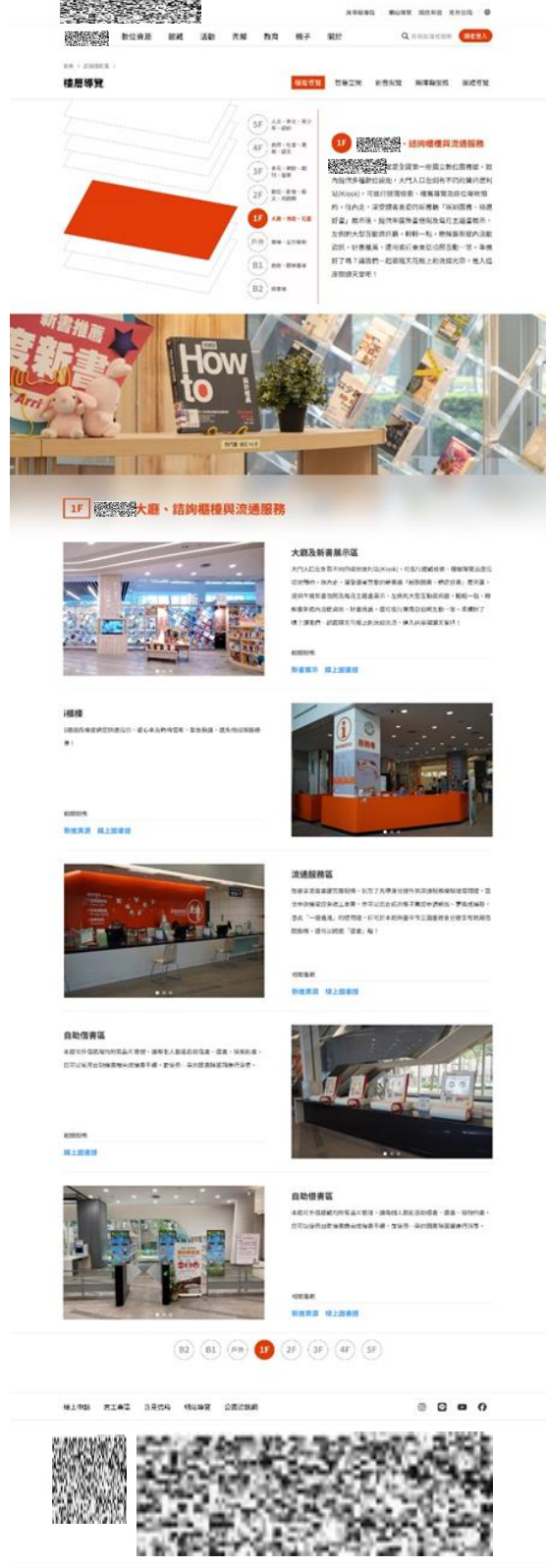
輔導前



1





輔導後

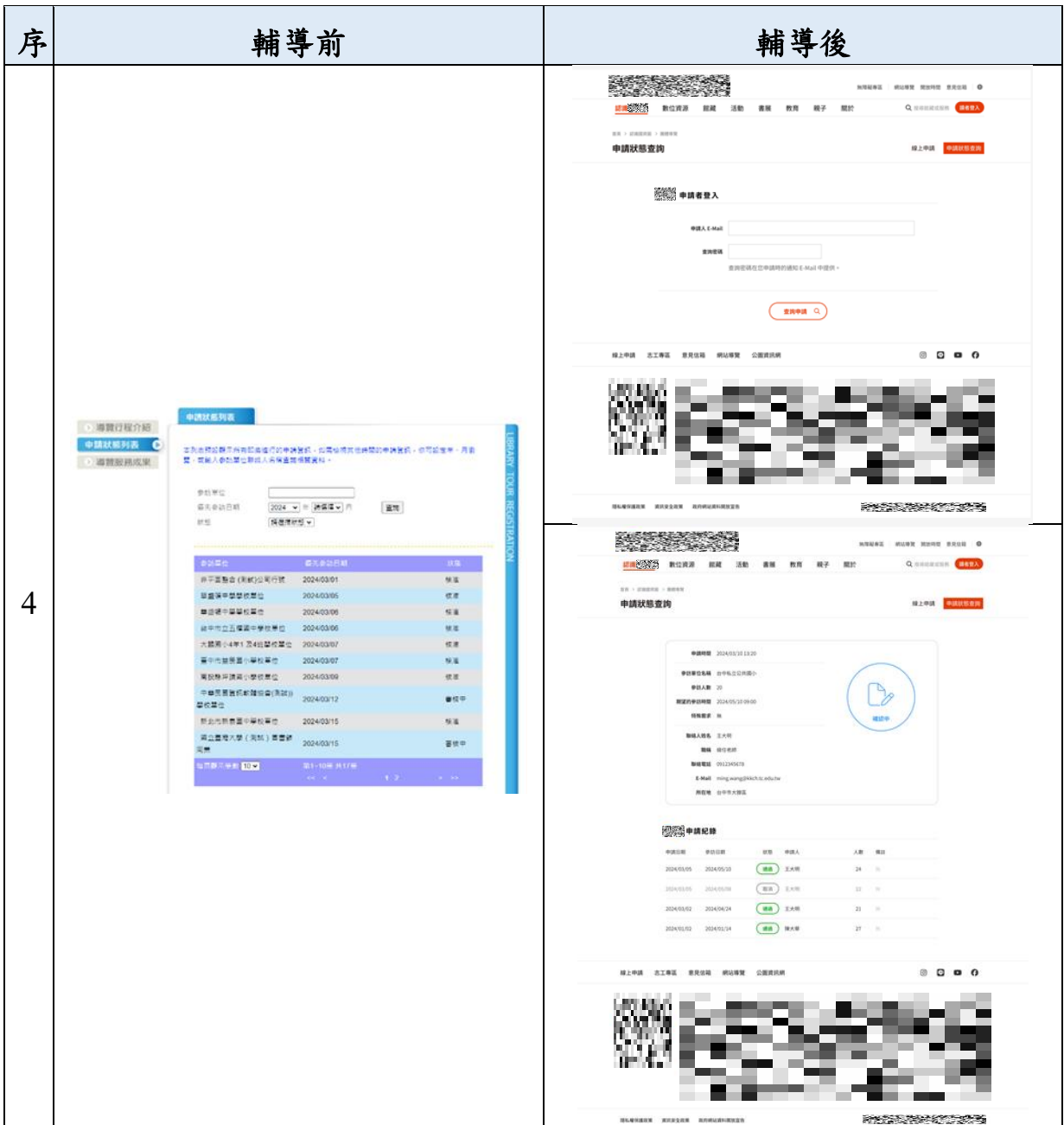


序	輔導前	輔導後
2	<p style="text-align: center;">輔導前</p>  <p>樓層空間導覽</p> <p>本館Google環景導覽：請點選各樓層觀看各區空間設施！</p> <p>點選各樓層，可看到該樓層各區域介紹</p> <p>1樓：圖書館大廳、諮詢櫃檯與流通服務</p> <p>2樓：圖書展示區</p> <p>3樓：圖書展示區</p> <p>4至5樓：圖書展示區</p> <p>B1及戶外設施</p>	<p style="text-align: center;">輔導後</p>  <p>樓層導覽</p> <p>1樓：圖書展示區、諮詢櫃檯與流通服務</p> <p>2樓：圖書展示區</p> <p>3樓：圖書展示區</p> <p>4至5樓：圖書展示區</p> <p>B1及戶外設施</p>

(二)「參訪導覽」服務流程

1. 重新規劃參訪導覽之範疇：擴展參訪導覽之概念，打破原本團體實體空間導覽，讓網站成為使用者認識 OOO 之起點，並進一步讓使用者想使用 OOO 其他服務。
2. 提供不同類型使用者感興趣之探索起點：使用者分別為「專業推廣探索者」、「教學靈感汲取者」、「氛圍體驗遊歷者」及「專注書籍閱覽者」等四種類型。依使用者類型常用服務項目設計網站。
3. 增加主題服務「團體導覽」形象照：透過團體導覽形象照引導使用者帶入使用情境，增加使用者對主題服務之注視時間。
4. 調整申請按鈕排版與顏色：「團體導覽」服務頁面提供「導覽申請辦法」、「線上申請導覽」及「申請狀態查詢」等三個按鈕。讓較熟悉導覽服務的使用者，能直接進入申請流程；若不熟悉該項服務之使用者，點看「導覽申請辦法」，或直接往下看更多細節。
5. 提高導覽行程理解度：頁面以圖片加描述呈現網站既有四大導覽行程並搭配導覽行程比較表，協助使用者可先對導覽行程有更全面瞭解，再進行預約。
6. 增加「導覽主題」：於「導覽行程」區塊下方增加「導覽主題」，讓無法團體參訪之使用者也能瞭解 OOO。
7. 服務流程依上述建議優化網站，輔導前後對照圖示如表 4。

序	輔導前	輔導後
2		
3		



以上建議方案提供 OOOOOOOOOO 未來精進方向與設計參考，相關設計製作成高擬真網頁（連結：<https://reurl.cc/0vKYxo>），並經由使用者測試驗證新設計方案之可行性(機關網站原/新設計之測試紀錄，請參見附件三)，建議後續可會同利害關係人(包含服務提供者、服務使用者、系統開發廠商等)一同研擬實際可落實之執行細節，讓政府網站服務品質更臻完善。

附件一：機關網站需求深入調查表

機關網站使用者中心設計 (UCD) 工作坊 機關網站需求深入調查表

親愛的學員，您好：

我們想瞭解機關網站利害關係人對於網站需求、期待及想法，並進一步深入的探討，請您填寫這份調查表。調查表內容將於九月中課程機關需求深度訪談之用途，並不對外公佈，請安心作答。謝謝您的合作！

一、網站名稱 (必填)

OOOOOOOOO (以下簡稱為「OOO」)

二、請用5個詞彙表達您的網站希望給人的印象 (必填)

以數位服務為形象的OO館、富有智慧科技感、豐富的知識服務、全家人學習的所在、輕鬆的休閒場所

三、請列出機關網站建置目標 (至少5項) (必填)

1. 將OOO豐富的知識資源 (如實體館藏-紙本；數位資源-電子書、資料庫、數位典藏) 與數位服務，於網站呈現及推廣線上使用。
2. 透過網站向世界行銷充份展現OOO的數位OO館品牌形象。
3. 經營網站內容與民眾產生連結，經常回訪。
4. 透過網頁提供充實的資訊與便捷的線上服務，便利民眾洽詢與申辦，亦提升內部作業流程與效率。
5. 運用網站宣傳方式，降低實體及跨地域的行銷成本。
6. 便利世界各地讀者，能透過網站不限時地運用OO館數位資源。
7. 提供各服務族群能方便找到所需要的服務與資訊。

四、請列出目前機關網站主要服務項目 (至少5項。可參考網站流量分析找出，例如：線上申辦-育有未滿二歲兒童育兒津貼..等) (必填)

1. 辦證服務
2. 館藏查詢服務
3. 數位資源查詢與數位閱讀服務

4. 新到圖書資訊服務
5. 推薦閱讀服務
6. 活動查詢報名服務
7. 參訪導覽服務
8. 場地租借服務
9. 智慧空間服務
10. 閱讀推廣服務（講座、研習、展覽、活動等）
11. 捐贈圖書服務
12. OOOOOO館資訊服務

五、請說明最希望民眾使用的網站項目或服務（必填）

依公司階段性任務曝光資訊。

（如：110年推廣振興券、111年推動觀光旅遊）

數位資源查詢與數位閱讀服務

未來-AI智慧館員服務

六、請列出機關網站建置改版執行過程中，需要與哪些人參與、會議、確認與報告（必填）

1. 參與人員：館長、副館長、研究員、科長及承辦人（網站管理單位）、科長及同仁（業務營運單位）、系統廠商。
2. 會議：網站改版需求訪談會議、專案啟動會議及工作進度會議
3. 確認：確認是否符合長官期待、確認業務單位需求、確認系統廠商能否達成改版功能。
4. 報告：專案管理計劃書（併附訪談紀錄）、成果報告書。

七、請列出機關主管對網站改版目標與期待（必填）

1. 網站符合機關定位，具有數位OO館的服務形象
2. 網站為世界OO館夥伴瞭解OOO的重要管道，能利於進行國際交流
3. 重要消息及主要活動，需中文／英文內容併同公告
4. 各服務族群能適得其所，容易找到OOO所提供的服務與資訊。
5. 網站能達到行銷OO館服務的目的。

八、請列出業務單位對網站改版需求與看法（必填）

1. 網頁項目內容與分類層次，能直覺查找。
2. 目錄選單用詞口語化，減少逐一查找時間。
3. 常來館讀者常用的資訊（登入、活動資訊、館藏查詢、預約空間）位於明顯處，減少需點選的層次與路徑。
4. 官網介接諸多系統所提供民眾需要的服務（如辦理之活動、新進館藏訊息等）與資訊，能於官網顯示，以吸引民眾利用；或具有即時性，以利民眾瞭解可運用資源情形。
5. 網站能提供OO館各使用族群，易於查找其所需要的服務與資訊。
6. 網站能提供大型主要活動（如臺灣閱讀節或世界閱讀日）的網頁資訊（類似子網站概念）之頁面自行編輯功能及整體呈現。
7. OOO肩負輔導全國公共OO館的任務，因此希望能融入公共OO館資訊於網站中。

九、請列出維運廠商對網站改版需求的評估與執行方法（必填）

目前官網無維運廠商；由本館資訊人員自行維運。

十、請列出機關網站使用者操作常見問題（一般民眾、業務同仁等使用網站有問題，來電或來信諮詢的情形）（必填）

網站介接各項服務網頁（館藏查詢、數位資源、活動報名、APP等）操作問題。

十一、請列出您的網站使用者，請參考「網站使用者參考範例.pdf」，並運用「網站使用者模板.pptx」（寫下每個使用者的需求、目標、行為和痛點等資訊）（必填）

如PPT附件。

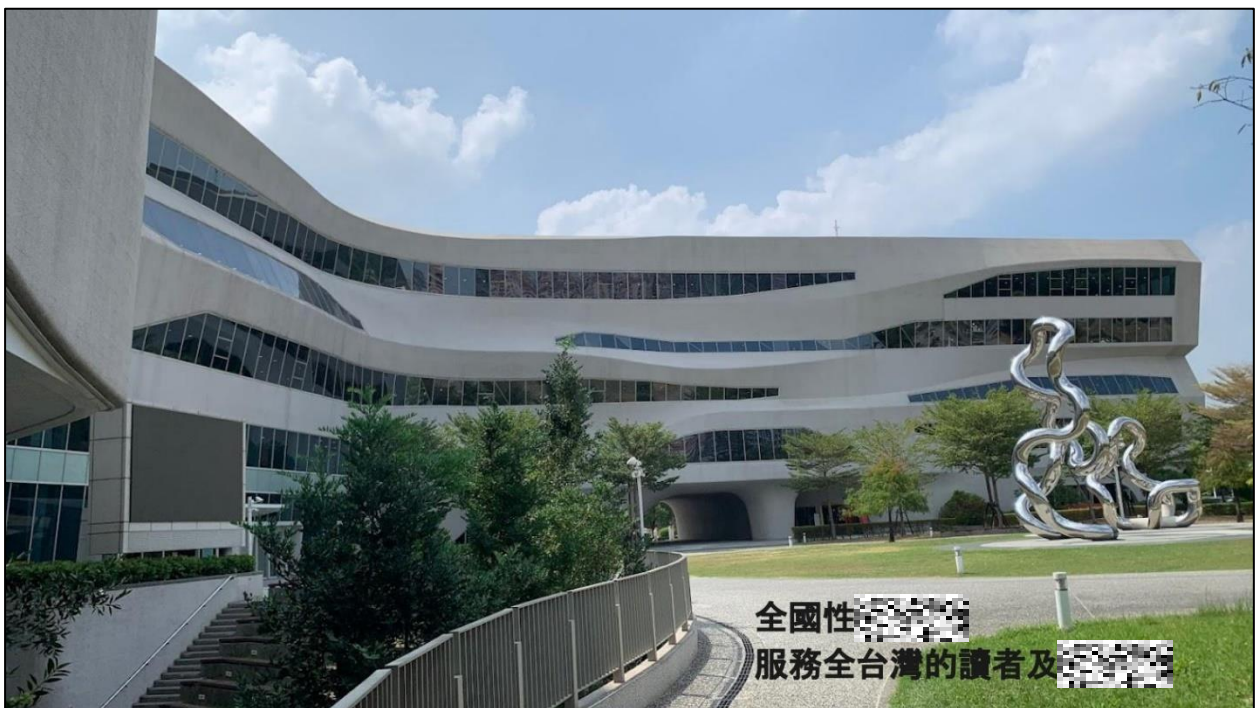
十二、其他對於網站服務與介面之隨想

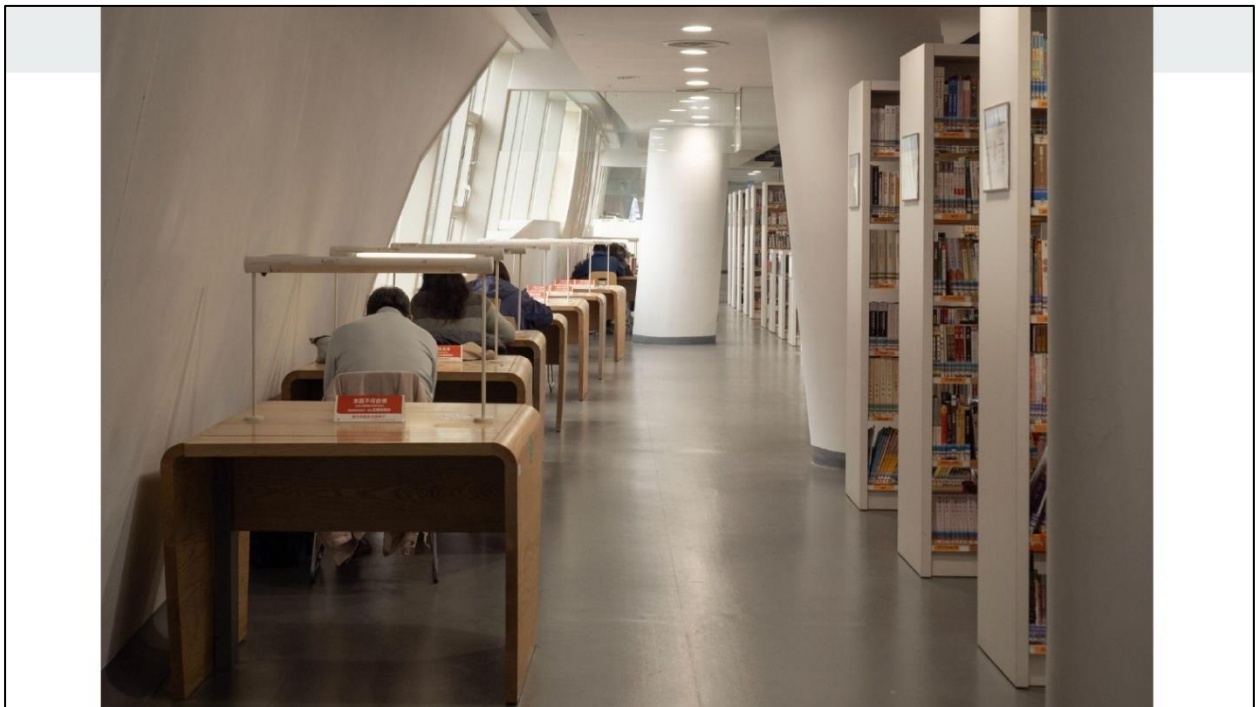
OOO的服務民眾族群包含兒童／親子、青少年、成人、樂齡，又資訊與知識使用者包含聽視障族群、原住民、新住民、公共OO館館員等，各

族群使用習慣及多元的載體介面，因而提供好的使用體驗的網頁相應設計，一直以來是一項考驗的課題。

調查表到此結束！感謝您的配合！

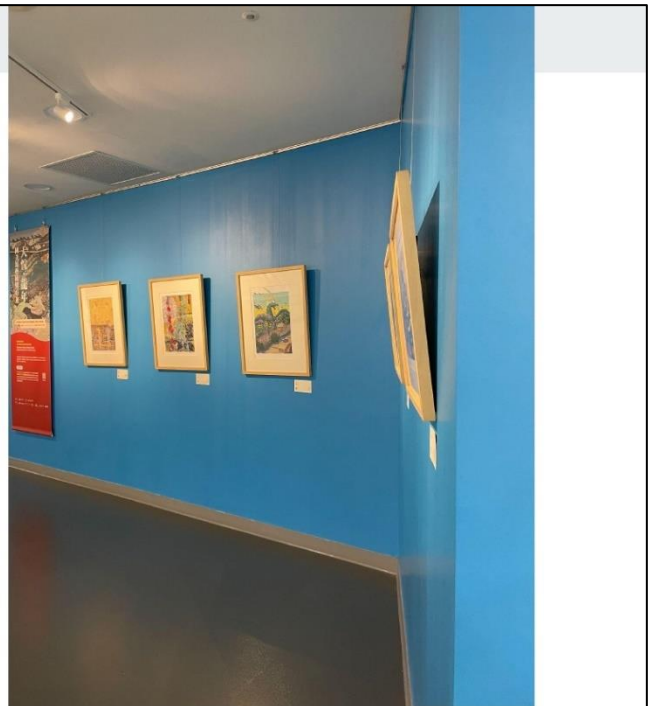
附件二：機關網站使用者調查簡報資料













研究背景

QR 參訪導覽現況

平均一天有一場導覽

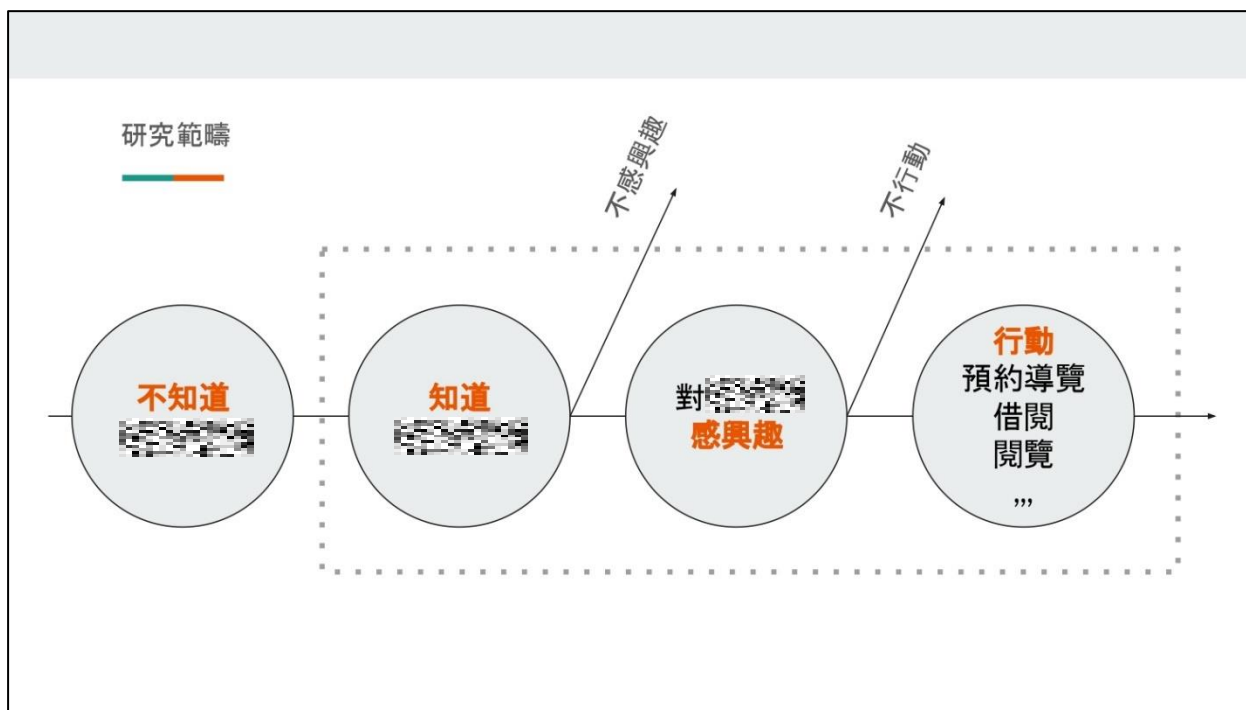
12 年
以上

6000 人
每年

300 組
每年

從未改版過

因應開館參訪需求而設置的服務



- 研究目標
1. 使預約參訪流程更為順暢，不讓操作網站成為使用者預約的阻礙
 2. 了解讀者讀者的參訪需求及困擾

訪談架構

個人經驗與圖書館的關聯

圖書館對受訪者而言的價值



推廣圖書館的切入點

參訪目的、需求與困擾

參訪需求與經驗



預約參訪服務設計

參訪導覽網站測試

第一印象；參訪導覽預約功能；改版建議



網站易用性

研究對象

- 兩年內有使用圖書館的經驗
- 曾去過至少兩間圖書館



圖書館
同業

2名



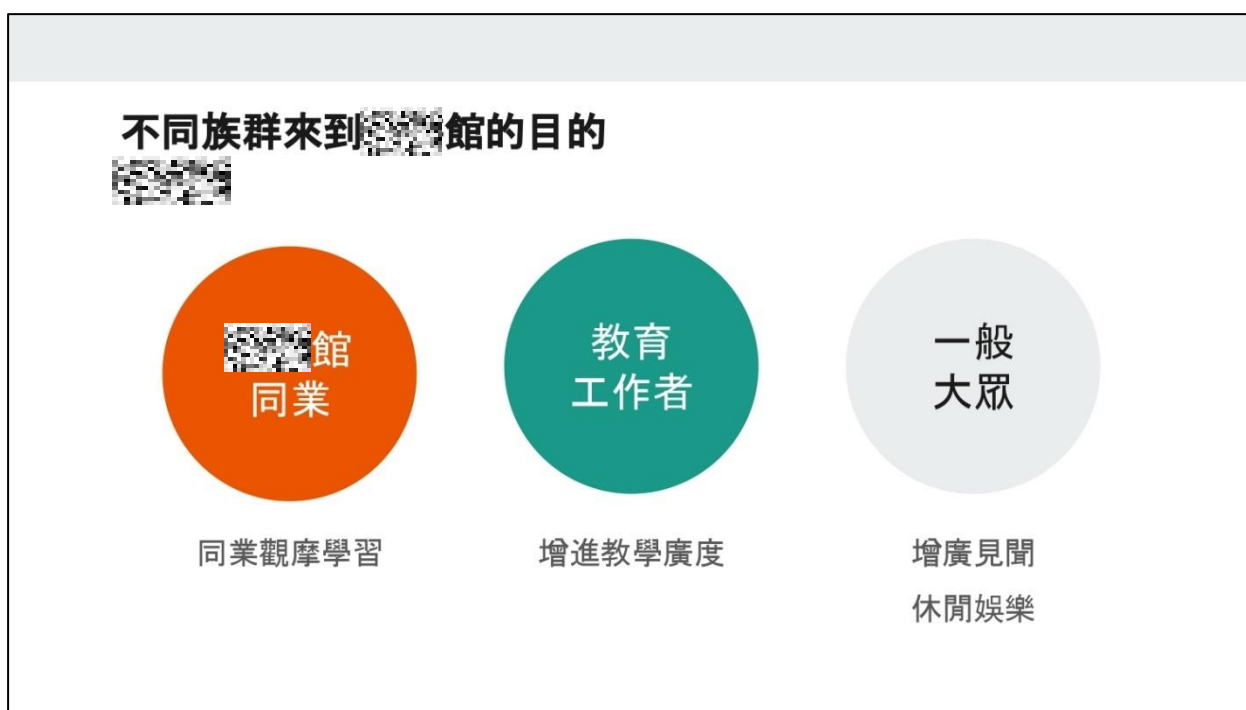
教育
工作者

3名

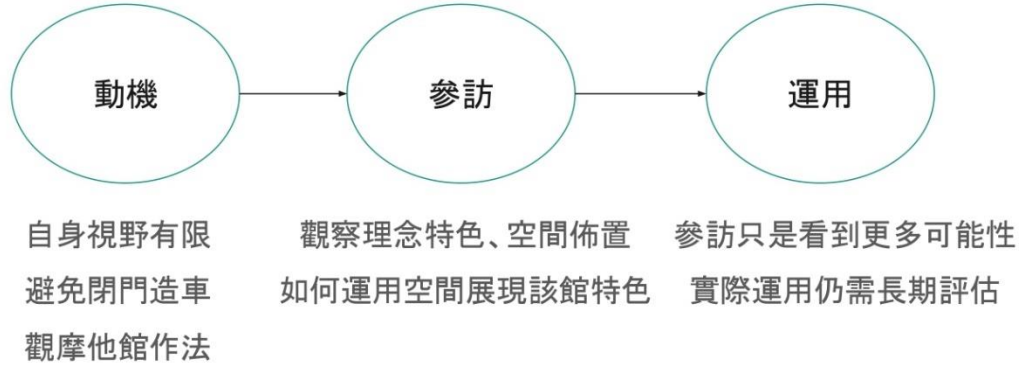
以上5名，包含台中及其他縣市

受訪者背景

	A	B	C	D	E
居住地	台北市	新竹市	苗栗縣/ 台中市	台中市	新竹市
工作	館 從業人員	-國小教師 (行政、 科任教師) -會運用 館於教學	-國小教師 (科任教師) -不會運用 館於教學	館 從業人員	-國小教師 (閱讀推廣老 師) -管理 館 -會運用 館於教學
團體參訪 經驗	無	有	無	有	無



同業觀摩學習

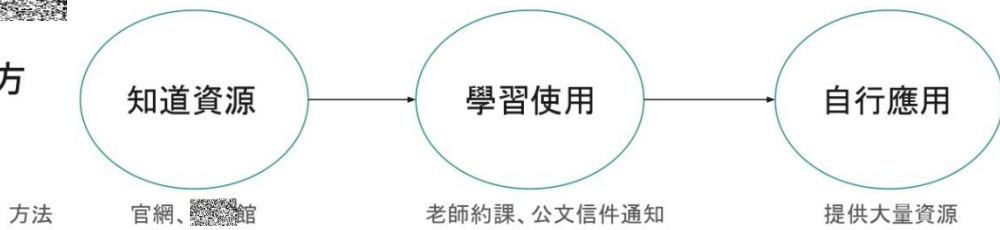


歷程相似, 供需互補

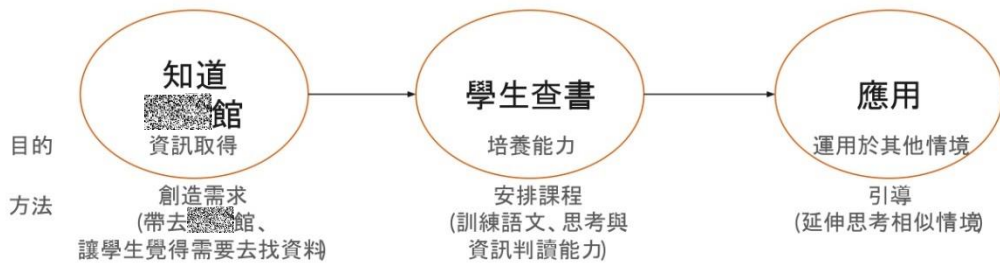
推廣歷程

館需要讀者, 教師可以幫忙培養讀者
教師需要教材, 館可以提供教材

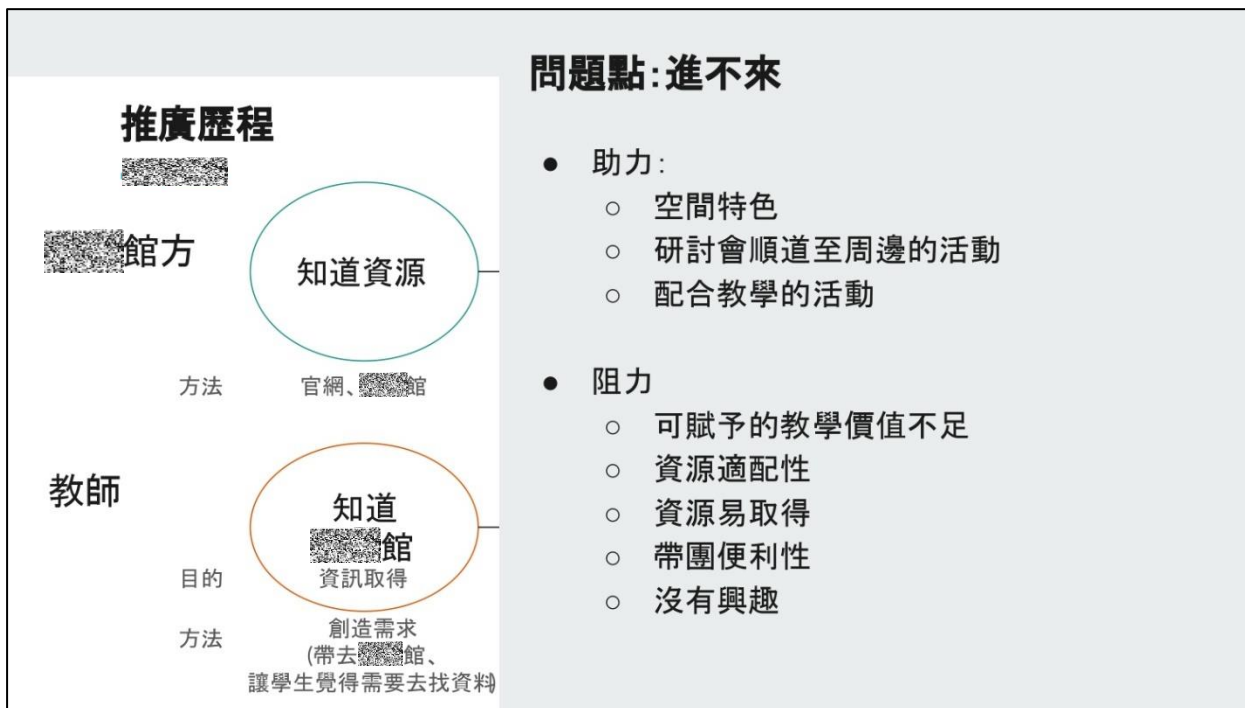
館方

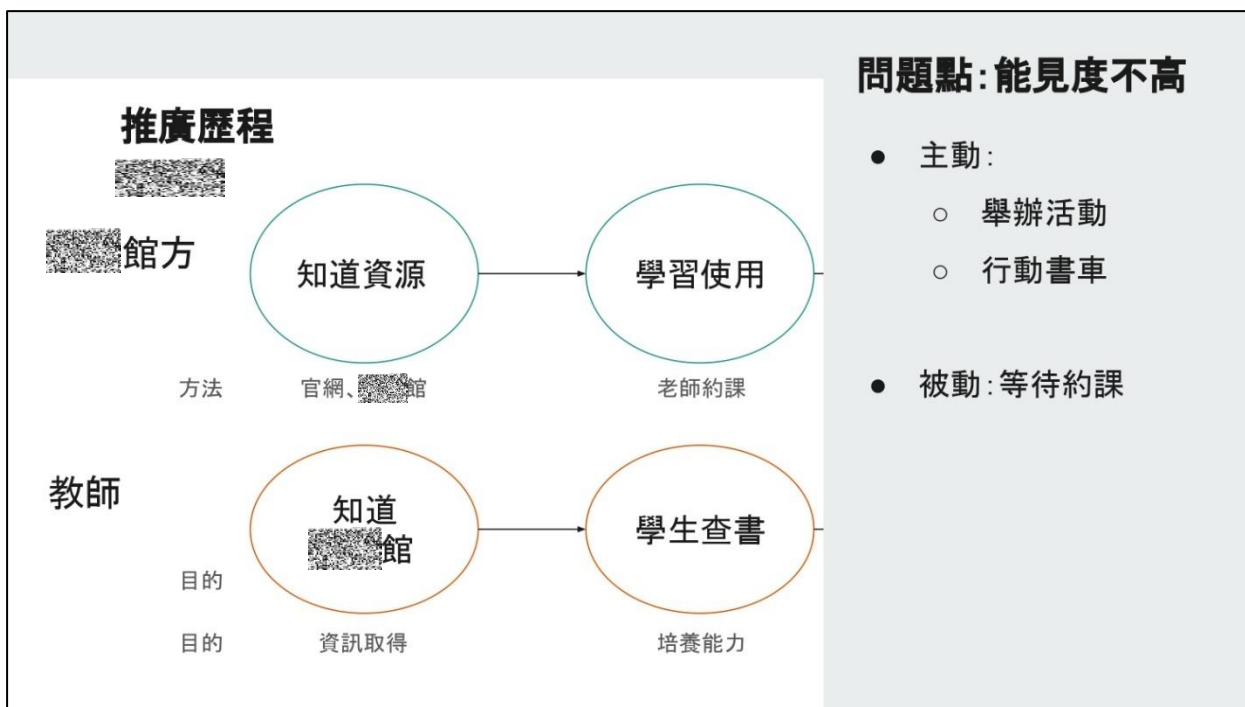
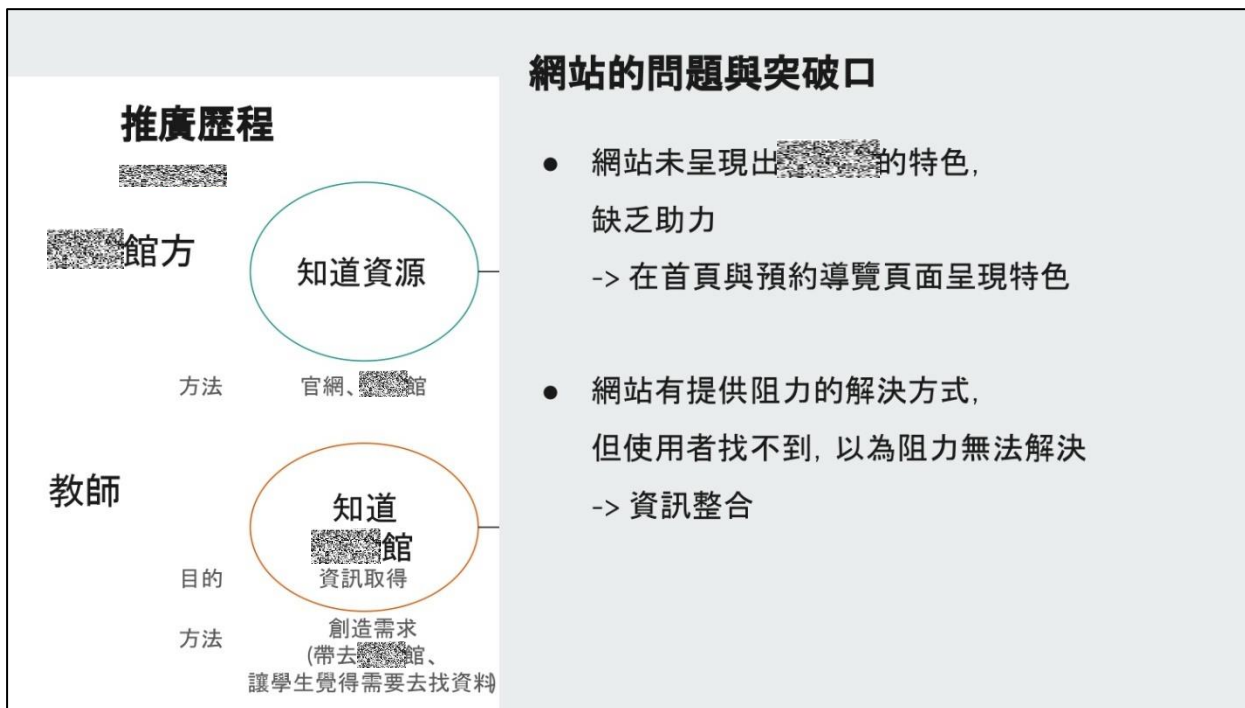


教師









小結

- 空間經營者三箭：**吸睛空間、特色內容、主題策展**
- 空間型、資訊型、服務型的內容。實體導覽以服務型、空間型為主；虛擬導覽以資訊型及空間型為主。
- 首頁呈現出「**館藏及資料庫特色**」讓使用者在第一時間即能發現**可探索的範圍**進而提升使用者「逛」網站的意願
- 首頁可加強呈現「**主題展、活動**」這類是可以讓外縣市學生、老師、家長，找到來**館**的理由。

參訪導覽網站測試

入口網頁

- 直接點選「參訪導覽」
- 使用站內搜尋



導航列

- 優點: 內容豐富
- 缺點: 內容太多容易迷失, 需要探索
- 思考點: 呈現特色



特色空間區域



青少年區

青少年區匯集漫畫、輕小說及輕小說等青少年讀物，並設有「好Young點」多功能電腦室，提供桌遊、美術用具借用及程式編輯機器人體驗，並於11年新進掛畫、MAKER教育、學生導師空間、AI智慧健身機械應用等遊藝，豐富多元的閱讀推廣活動與主題展覽，滿足青少年發揮創意與寫作的需求。

數位錄音室

本館提供數位音響使用的數位錄音室，設有數位聲卡及影響製作時活動需求，可至本館場地借用系統申請登記。



故事區

「故事區」以沉浸式互動投影及配樂聲光互動，故事過程中會有互動轉盤、謎小線及飛船等互動，完成任務並觀看故事。



原住民族資料區

本館於臺灣資料區內設「原住民族資料區」，主要包含原住民族社會生活與歷史、文化、歷史、服飾、人文、祭儀及照片等相關圖資資料供讀者於館內閱覽，專設於臺灣上方位上具有原住民族特色的手工藝、原住民族藝術、原住民族在民間歷史與發展，讓讀者有更深刻的閱讀感受。



兒童學習中心

「兒童學習中心」以知識海洋為主題，適合12歲以下兒童使用，中心內設有幼兒區、故事室、電腦繪畫室、閱讀區，還有AR擴增實境閱讀牆，讓兒童的學習立體，並為兒童設計專屬的學習與圖書推薦介紹，結合行動裝置，帶給孩子更多元的閱讀體驗。



新住民服務區

「新住民服務區」提供多元族裔服務需求，圖書、典藏及展示來自不同國家語言與文化、透過活動、展覽及服務，讓民眾認識、深入了解多元文化。

入口網頁: 站內搜尋參訪導覽

- 第一項為參訪導覽服務要點
 - 要點中寫明預約為線上申請，但沒有超連結可以點
- 第四項才是線上申請連結

參訪導覽

搜尋

若您找不到資料，可參考以下熱門搜尋關鍵字：

[休閒出版品](#) [兒童繪本](#) [空想展覽](#) [借閱證申請](#)

共有 3,870 筆結果 (搜尋時間: 0.31 秒)

排序依據: Relevance

(一) 預約：學校社團申請單位，一般參訪人數為15人以上、50人以內。(二) 參訪導覽以小學堂以上為原則，中小學學生參訪時間每週全館關閉。(三) 同一單位申請次數最高為4次。

【中小學預約申請手續、活動計畫】
 1. 申請單位：學校社團申請單位，一般參訪人數為15人以上、50人以內。
 2. 申請時間：學校社團申請單位，一般參訪人數為15人以上、50人以內。
 3. 申請地點：本館服務台。可於館址查詢，另至本館官方網站線上申請參訪導覽。
 4. 申請時間：學校社團申請單位，一般參訪人數為15人以上、50人以內。
 5. 申請地點：本館服務台。可於館址查詢，另至本館官方網站線上申請參訪導覽。

【參訪預約申請表填寫說明】
 1. 申請單位：學校社團申請單位，一般參訪人數為15人以上、50人以內。
 2. 申請時間：學校社團申請單位，一般參訪人數為15人以上、50人以內。
 3. 申請地點：本館服務台。可於館址查詢，另至本館官方網站線上申請參訪導覽。

中華民國106年6月30日本館館務會議通過
 中華民國106年7月19日業務課字第106000346/058號發布

- 一、目的：參訪預約服務(以下簡稱參訪)為凸顯本館服務特色，因應各機關團體參訪需求不同需求與目的，特訂定本要點。
- 二、申請資格：
 - (一) 申請單位：學校社團申請單位，一般參訪人數為15人以上、50人以內。
 - (二) 參訪時間：以小學堂以上為原則，中小學學生參訪時間每週全館關閉。
 - (三) 同一單位申請次數最高為4次，凡申請單位之參訪人數超過50人以上或單月申請次數超過4次，則視為大量參訪，本館採「團體預約及自由參觀」方式進行。
- 三、開放時間：
 - (一) 本館預約參訪申請時間為週二至週五及週日，上午9時30分至12時、下午為14時至16時，週六開放上午場次。
 - (二) 團體參訪預約時間為1小時或1個半小時。
- 四、預約辦法：
 - (一) 請於來館參訪14天前至本館預約申請；大量參訪請於14天前至本館預約申請。
 - (二) 線上系統申請參訪時間，預約到線上核准後即完成申請程序，審核作業時間為5個工作日。
 - (三) 參訪日期如無即時核准，請於至少3日前通知本館，未於3日前通知或臨時取消參訪者，本館將取消該單位未來一年內申請資格。
 - (四) 完成預約無故未到者，本館得取消該單位未來二年內申請資格。

進入網頁前的警示

- 使用者會擔心網頁不安全, 不敢繼續點
- 使用者不知道該如何點選才能進入網頁
 - 電腦可以進入網頁, 手機不行



網頁分區總覽

- 導覽行程介紹
 - 導覽服務申請表
 - 雲端導覽服務
- 申請狀態列表
- 導覽服務成果



導覽行程介紹 - 雲端導覽服務

- 優點：
 - 可在行前對館內有更多認識
 - 不需實體參訪就能參觀館內設施
- 缺點：
 - 操作上容易卡頓
 - google地圖只能大略看到照片，缺乏細節和設施介紹
 - 不想看環景的使用者，不會注意到樓層介紹在下方
- 思考點：
 - 將環景與樓層介紹分成兩個分頁
 - 輔以設施介紹增加雲端導覽的深度
 - 以gathering town的形式增加互動性 (?)



導覽行程介紹 - 雲端導覽服務

- 優點：
 - 可在行前對館內有更多認識
 - 不需實體參訪就能參觀館內設施
- 缺點：
 - 操作上容易卡頓
 - google地圖只能大略看到照片，缺乏細節和設施介紹
 - 不想看環景的使用者，不會注意到樓層介紹在下方
- 思考點：
 - 將環景與樓層介紹分成兩個分頁
 - 輔以設施介紹增加雲端導覽的深度
 - 以gathering town的形式增加互動性 (?)



申請狀態列表

- 優點: 資訊簡明
- 缺點:
 - 參訪單位名稱與性質寫在同一欄位, 不易閱讀
 - 缺乏取消與修改機制
- 思考點:
 - 調整列表欄位
 - 新增取消與修改功能

導覽服務成果

- 優點: ?
- 缺點: 內容無法顯示
- 思考點: 成功呈現的話, 可以增加吸引力

小結：網站特色與優點

- 流程簡明，使用者可以完成預約
- 首頁具備完整的資訊與資源
 - 資訊：樓層介紹、交通資訊等
 - 資源：班訪教材、電子書與資料庫等

小結：首要問題

- 網站久未更新
 - 一進入網站跳出警示會讓使用者擔心
 - 導覽服務成果無法顯示
- 未與與 首頁整合
 - 預約參訪導覽網站和國資圖首頁風格不一致，像是額外的網站
 - 缺乏點與點之間的連結，使用者須點回首頁尋找相關資訊（如：樓層介紹、交通資訊）
- 未能呈現出 特色，缺乏誘因
 - 資訊呈現方面加強呈現館內特色
 - 搭配當期主題展覽宣傳

SUS問卷

	1	2	3	4	5
1.我想我會願意經常使用這個網站。	5	4	4	3	3
2.我覺得這個網站過於複雜。	1	2	2	2	4
3.我認為這個網站很容易使用。	5	4	5	3	3
4.我想我需要有人幫助才能使用這個網站。	2	2	1	2	2
5.我覺得這個網站的功能整合得很好。	5	5	5	2	2
6.我覺得這個網站有太多不一致的地方。	1	2	1	3	2
7.我可以想像大部份的人很快就可以學會使用這個網站。	4	3	5	2	4
8.我覺得這個網站使用起來很麻煩。	2	1	1	4	4
9.我很有自信能使用這個網站。	5	5	5	2	5
10.我需要學會很多額外的資訊, 才能使用這個網站。	1	2	1	3	2
總分	92.5	80	95	45	57.5
平均	74				

附錄

訪綱 (1)

訪談段落	題目	目的
開場(3分鐘)	您好,我是非平面整合創新有限公司的曾科融(Koko),這是我們紀錄的同事-陳玉珊。這次受中華民國軟體協會的委託進行網站改善研究,這次要改善的網站是位於台中的。這次會著重於參訪導覽的功能。等下訪談時間大約 1.5-2小時,就放鬆聊聊,請您館的經驗。過程中,我們會錄音及螢幕錄影。這是知情同意書,提供給您。過程中如果冷氣太冷或是需要上廁所,都可以跟我們說喔。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 放下心防 2. 知情同意書

訪綱 (2)

訪談段落	題目	目的
參訪的目的、需求與困擾(15分鐘)	<p>我們想先了解您的背景、以及您與參訪的經驗,接下來會先問一些您的基本資料問題。(若是老師,問 1 - 4題)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 想請您先自我介紹一下,你平時的工作內容,工作了幾年? 哪些工作的範疇與相關呢? <ul style="list-style-type: none"> - 老師:學生年齡層(國小低/中/高、國中、高中、大學)、什麼科目的老師、導師;或是行政職。 2. 您有帶過孩子參訪嗎?是什麼樣的契機呢? <ol style="list-style-type: none"> 1. (追問How) 如何接觸呢?怎麼會想到要參訪圖書館呢? 2. (追問Who) 有誰介紹給您嗎? 3. (追問What) 請問您參訪過哪些呢? 4. (追問When) 請問您從什麼時候開始帶孩子去參訪呢? 3. 對您在教學上,有什麼樣的幫助呢?教學可以如何結合圖書館參訪? 4. 對您而言,平時在教學時,扮演了什麼樣的角色? 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 了解受訪者背景並建立關係: 平時工作,與的關係:教育、培訓、輔導等 2) 老師:館利用教育的價值意義和進行的細節,為了協助老師讓學生更了解如何使用館,參訪的成效如何,是否需要其他的附加服務與活動

訪綱 (3)

訪談段落	題目	目的
參訪的目的、需求與困擾(15分鐘)	<p>(若為 館從業人員, 問 5-6 題)</p> <p>5. 想請您先自我介紹一下, 你平時的工作內容, 工作了幾年? - 館從業人員</p> <p>6. 許多 館都有提供參訪的服務, 那您曾經參訪過 館嗎? 是什麼樣的契機呢? 1. (追問How) 如何接觸呢? 怎麼會想到要參訪 館呢? 2. (追問Who) 有誰介紹給您嗎? 3. (追問What) 請問您參訪過哪些 館呢? 4. (追問When) 請問您從什麼時候去參訪呢?</p>	3) 館員: 館導覽的目的、提升 館資源使用率、 館的價值與意義

訪綱 (4)

訪談段落	題目	目的
參訪活動歷程需求探索(30分鐘)	<p>請您幫我們回想一下, 最近一次的參訪經驗。是去哪一間 館~您從選擇、參訪, 到後續結案報告。您經歷了什麼?(可以先讓受訪者自由表述, 再進行追問)</p> <p>1. 參訪前, 您都怎麼挑選要去哪一家 館? (距離、功能、介紹內容、其他...) - 您會透過什麼方式去了解這個 館是否有提供相關的服務? - 您有直接接洽過嗎? 哪幾家 館是您有直接接洽過的呢? - 有哪些是您接洽後, 覺得特別適合的嗎? 為什麼? - 有哪些是您接洽後, 覺得可能不太適合的嗎? 為什麼? - 您會怎麼判斷去參訪是可以有收穫的呢? 對您而言, 參訪 館有哪些重點? - 您有帶過不同年齡層的人, 參訪 館嗎? 會有什麼不同的重點嗎? - 會特別提出一些需求, 不是館方預設的行程嗎? 會的原因?</p> <p>2. 參訪過程中, 您比較重視的是什麼?</p> <p>3. 參訪後, 您還會需要做些什麼嗎? 例如結案、設計教案等。</p> <p>4. 有沒有什麼參訪經驗, 是您覺得特別棒的? 為什麼?</p> <p>5. 有沒有什麼參訪經驗, 是您覺得比較沒有收穫的? 為什麼?</p> <p>6. 整體而言, 對您來說參訪 館, 您最想獲得的收穫是什麼?</p> <p>7. 館提供什麼更完整的服務可以滿足你的期待?</p> <p>8. 若您曾經帶過參訪, 也曾參訪過其他 館, 您認為參訪的重點是什麼呢?</p>	<p>參訪前、中、後期需求</p> <p>前期: KPI、篩選過濾 館的方式、接洽方式</p> <p>中期: 如何確保有收穫、參訪流程重點、和不同對象一起參訪的注意事項及目的</p> <p>後期: 寫報告、推廣方式</p>

訪網 (5)

訪談段落	題目	目的
參訪導覽網站 測試 (30分鐘)	<p>這是我們這次要升級的網站「圖書館」之參訪導覽，請您先操作看看這個網頁，各個頁面與功能都可以點選看看，先給您操作兩分鐘，我們等下會問您使用後的想法。</p> <p>1、首先，我們先想知道您對這個網站的第一印象，可以請您與我們分享嗎？</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 在這次訪談前，你知道圖書館嗎？ 2. (What & How)您認為這個網站可以做到什麼呢？您認為這個網站有哪些用途呢？ 3. (When & Why) 瀏覽過這個網站後，你會想去參訪這個圖書館嗎？原因是什麼呢？ 4. (Who) 您認為誰會用到這個網站呢？ 5. 整體來說，您認為這個網站對您來說有幫助嗎？ (若有) 這個網站可以協助您做到什麼呢？ (若無) 您覺得對您來說沒有幫助的原因是什麼呢？ 6. 與您過去聯絡參訪圖書館的經驗比較的話，你認為多提供什麼資訊呢？ 7. 與您過去參訪圖書館的經驗比較的話，你認為這個網站有哪些可以改善的呢？ 8. 整體來說，您願意使用這個網頁的程度為 1-10分的幾分呢？ 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 第一印象vs.對網站期待 2) 既有網站的功能 <ul style="list-style-type: none"> - 易用性 - 有用/無用的項目及原因 - 找得到功能嗎 3) 改版建議 <ul style="list-style-type: none"> - 網站操作流暢度 - 是否要新增資訊 4) 願意使用程度 (1-10分)

訪網 (6)

訪談段落	題目	目的
參訪導覽網站 測試 (30分鐘)	<p>2. (情境題一) 情境：工作上需要帶領 20多位同事們去參觀圖書館，因為想讓大家更瞭解 內部設施，所以希望有人可以導覽介紹。 任務：請上「圖書館」，預約參訪導覽。參訪單位請寫中華民國資訊軟體協會。請放聲思考，錄下你整個過程中的操作體驗。請紀錄你在每一頁碰到的狀況。並標注 1、2、3等操作情形程度</p> <p>3. (情境題二) 情境：假設您是學校教師，需要帶領 30多位學生 (年齡為兒童或青少年) 去參觀國立公共資訊圖書館，因為想讓大家更瞭解 內部設施，所以希望有人可以導覽介紹。 任務：請上「圖書館」，預約參訪導覽。參訪單位請寫中華民國資訊軟體協會。請放聲思考，錄下你整個過程中的操作體驗。請紀錄你在每一頁碰到的狀況。並標注 1、2、3等操作情形程度</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) 第一印象vs.對網站期待 2) 既有網站的功能 <ul style="list-style-type: none"> - 易用性 - 有用/無用的項目及原因 - 找得到功能嗎 3) 改版建議 <ul style="list-style-type: none"> - 網站操作流暢度 - 是否要新增資訊 4) 願意使用程度 (1-10分)

訪網 (7)

訪談段落	題目	目的
參訪導覽網站 測試 (30分鐘)	4、網站分區:導覽行程介紹、導覽服務申請表、申請狀態列表、導覽服務成果、雲端導覽服務 (根據網站分區詢問使用想法與改善建議) 1. 在操作OOOO時,有遇到什麼問題嗎?有哪些優點或缺點? 2. 在OOOO方面,您認為可以如何改善呢?	1) 第一印象vs.對網站期待 2) 既有網站的功能 - 易用性 - 有用/無用的項目及原因 - 找得到功能嗎 3) 改版建議 - 網站操作流暢度 - 是否要新增資訊 4) 願意使用程度 (1-10分)

訪網 (8)

訪談段落	題目	目的
SUS問卷 (3分鐘)		網站易用性量化評估
感謝&領據 (3分鐘)		

相關案例

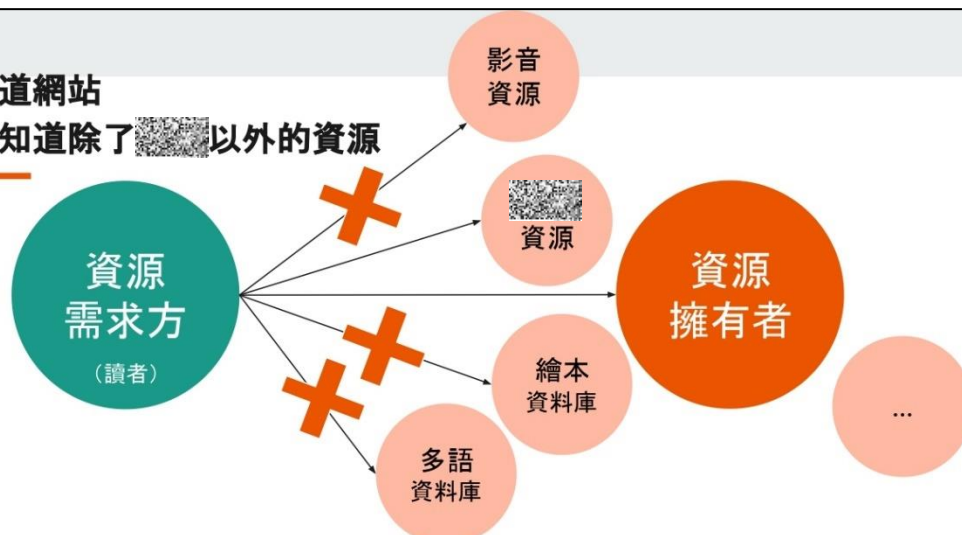
成大虛擬圖書館

...

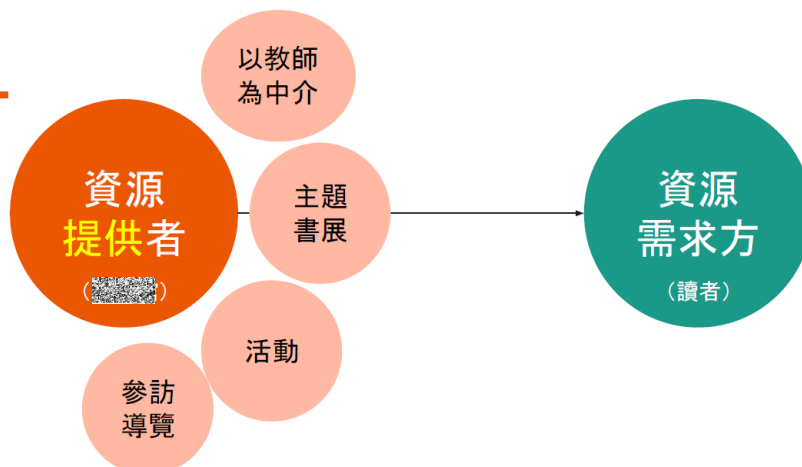
...



不知道網站
就不知道除了[]以外的資源

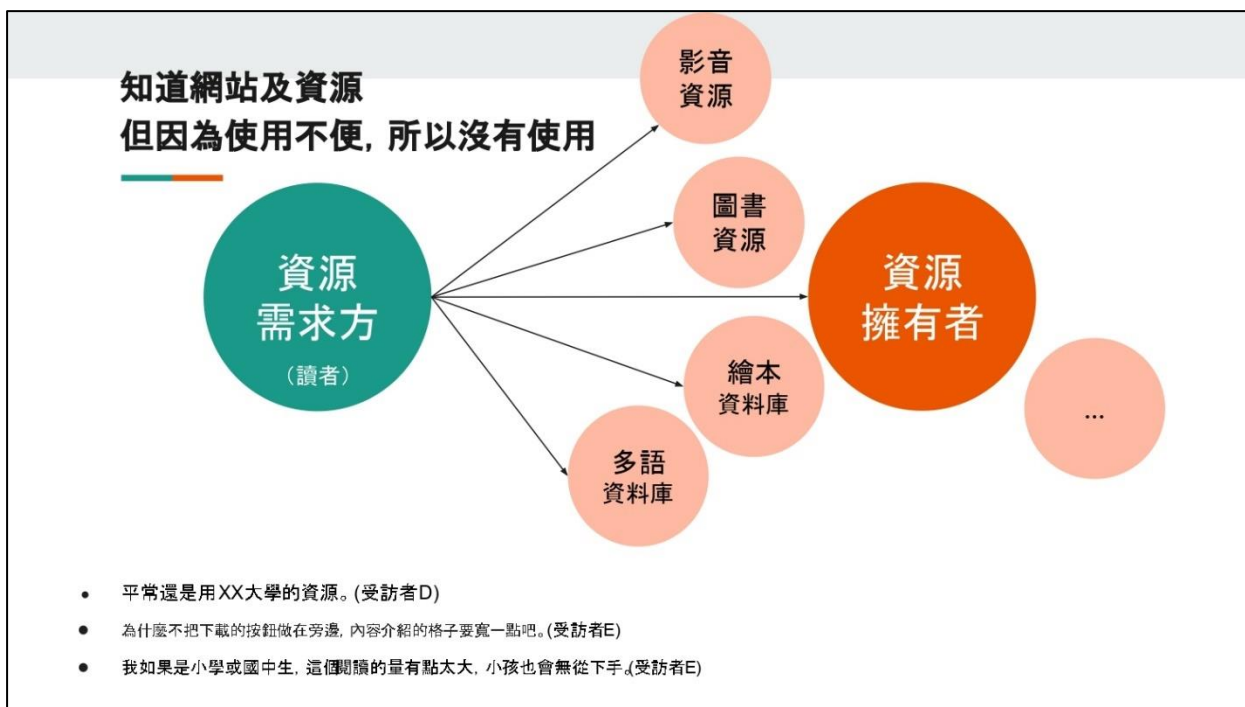
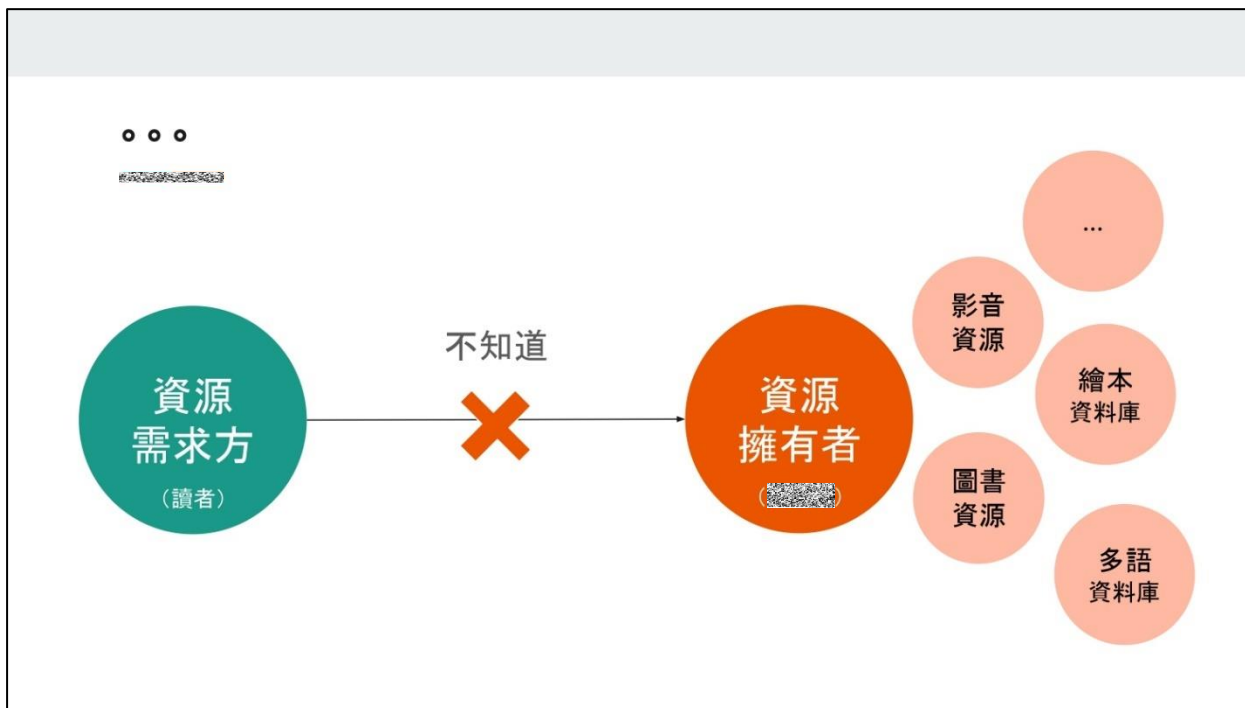


- 這些都是公播版的資料庫。原來[]都有這些資料庫，學生都不知道，就要自己花錢訂netflix。(受訪者D)
- []網頁有時候就是藏了很幾層，不是那麼直覺式，就不一定找得到資源。(受訪者D)
- 一來是知道的人不多，二來是知道的人點進去，會不知道可以做什麼。一般來對[]的想像是他會介紹有什麼主題展覽、館藏檢索，一般大眾來講就比較不會知道電子資源和資料庫。(受訪者E)



參訪導覽限制：

- 對參訪的印象停留在走馬看花，認為參訪的教學深度不足
- 不知道[]的特色，以為和地區性[]沒有差異
- 年齡不適合，對國小低年級學童來說閱讀量太大



附件三：機關網站原/新設計之測試紀錄

(一) 首頁

測試成員	原網站設計	新設計方案
測試者 1	<ol style="list-style-type: none"> 優點：服務很多元，架構很清楚，至少有展現出最熱門以及主要需求的重點資訊。 缺點：資訊有點多，大多數人可能沒耐心讀完。 	<ol style="list-style-type: none"> 差異點：資訊呈現更為簡潔，更容易上手。圖像和文字的搭配很好讀，相較之下原網站資訊較為雜亂。 可再改善之處：導覽列特別把教育和親子獨立出來，不太知道這兩個是什麼。若為分齡分眾，樂齡和視聽也要列出來才比較完整。
測試者 2	<ol style="list-style-type: none"> 優點：數位資源豐富，可用於教學。 缺點：不熟悉網站的人，可能需要找一下才能找到資訊。 	<ol style="list-style-type: none"> 差異點：比之前更簡單明瞭，沒有太多不重要的資訊。 可再改善之處：還不是實際的網站，不知道實際使用好不好用。
測試者 3	<ol style="list-style-type: none"> 優點：有兒童版的頁面很不錯，網站分類很清楚，手機版網站也很好用。 缺點：要知道自己想要找什麼，不然很容易迷失在網站中，資訊太多。頁面跳動速度太快，畫面閃動會讓人不 	<ol style="list-style-type: none"> 差異點：介面配置比較舒服，不會有眼花瞭亂的感覺。 可再改善之處：缺少貓頭鷹智能客服以及兒童版網站。

測試成員	原網站設計	新設計方案
	舒服。	
測試者 4	<ol style="list-style-type: none"> 1. 優點：線上資源非常豐富。 2. 缺點：對國小學童來說，這個網站太複雜了，不易操作。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 差異點：說明更清楚了，更簡單、更容易使用。 2. 可再改善之處：OO 館的意義、宗旨、負責人等核心價值資訊沒有呈現出來。
測試者 5	<ol style="list-style-type: none"> 1. 優點：資源很豐富，會推薦給別人使用。 2. 缺點：學會網站有門檻，多數人還是會選擇更加直覺的 GOOGLE 搜尋。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 差異點：認為改版與否不影響原本就會來查詢及使用網站的人。 2. 可再改善之處： 3. 1、「認識 OOO」跟「關於」好像一樣，覺得功能有重複。2、如果可以把借書證證號整合進空間租借等服務，那就更方便了。

(二) 單項服務流程

測試成員	原網站設計	新設計方案
測試者 1	<ol style="list-style-type: none"> 優點：網站可以做到完成預約服務流程。 缺點：單位聯絡人、領隊和聯絡人角色重複。 	<ol style="list-style-type: none"> 差異點：有行程總覽很清楚，簡化文字，用圖像的方式呈現行程很好理解。可以登入查詢狀態更保護資安， 可再改善之處：查詢申請紀錄若能有 FILTER 篩選會更方便查詢自己過去的申請紀錄。
測試者 2	<ol style="list-style-type: none"> 優點：可以完成預約任務。 缺點：進站時顯示不安全的頁面，會讓人擔心。顯示可以點預約的時段，點進去又顯示已額滿，感覺被騙。要填的連絡資訊太多。 	<ol style="list-style-type: none"> 差異點：簡化要填寫的連絡資訊，比較不麻煩。 可再改善之處：要登入才能查詢申請狀態有點麻煩，也許可以連結 GMAIL 或其他第三方的帳號。
測試者 3	<ol style="list-style-type: none"> 優點：操作 OK，能夠送出申請。 缺點：不安全的頁面不知道要怎麼點下去。必填項目不明確。 	<ol style="list-style-type: none"> 差異點：填表的部分有簡化，不會感覺在填重複的資訊。 可再改善之處：登入用手機和 EMAIL 就可以了，不想再花時間回去找寄到信箱的密碼。

測試成員	原網站設計	新設計方案
測試者 4	<ol style="list-style-type: none"> 優點：操作過程不難。 缺點：聯絡人資訊重複，不需要填三個，而且填寫別人的聯絡資料也很奇怪。導覽內容可以跟空間介紹整合，現在都要再點回首頁去找，不太好用。 	<ol style="list-style-type: none"> 差異點：簡化聯絡人的資訊有做到，就改善很多了。要登入才能查詢申請狀態，感覺安全性較高。 可再改善之處：單位全稱大家可能會填的不太一樣，不一定能正確顯示出同單位過去的申請記錄。沒有驗證 EMAIL 的話，填錯就收不到信了，需要一些防錯的機制。沒有列出此業務的聯絡窗口的資訊。
測試者 5	<ol style="list-style-type: none"> 優點：網站本身很簡單。 缺點：與首頁沒有結合，整合度不高。必填不明確，填起來會有點小卡關。所有資訊呈現在同一個畫面中，訊息太多。 	<ol style="list-style-type: none"> 差異點：沒有特別提及。 可再改善之處：1、如果可以把借書證證號整合進空間租借等服務，那就更方便了。2、不知道 "其他" 行程該怎麼填。