

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

台南旅遊網-導覽預約

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 須修正為大寫並加句號。	已依建議修正。	P.49
二			
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	4
五、 「網站服務流程」分析與建議	17
六、 結語	40
附件一：機關網站需求深入調查表	48
附件二：機關網站使用者調查簡報資料	50
附件三：機關網站原/新設計之測試紀錄	65

表 目 錄

表 1：首頁輔導前後對照圖示.....	41
表 2：「導覽預約」服務流程輔導前後對照圖示.....	43

圖 目 錄

圖 1：關鍵字「台南」和「旅遊」的 Google 搜尋趨勢.....	5
圖 2：透過 IG 搜尋台南旅遊的推薦資訊.....	6
圖 3：首頁資訊架構較長.....	7
圖 4：命名或功能相近的子選項.....	8
圖 5：子選項和使用者的預期歸類位置有落差.....	8
圖 6：不易理解功能和內容的子項目.....	9
圖 7：提升搜尋列的視覺層級.....	11
圖 8：首頁活動和時程的細部設計.....	12
圖 9：首頁地圖的細部設計.....	13
圖 10：以首頁地圖為例－提供景點的活動.....	14
圖 11：風格一致的圖示設計.....	15
圖 12：「導覽預約」角色人物誌.....	17
圖 13：跟風任務型與順路臨時型.....	18
圖 14：探新返舊型與漫遊快活型.....	19
圖 15：「導覽預約」顧客旅程地圖.....	20
圖 16：「導覽預約」顧客旅程地圖－探索與評估期.....	21
圖 17：「導覽預約」顧客旅程地圖－接觸期.....	22
圖 18：「導覽預約」顧客旅程地圖－行動期.....	23
圖 19：「導覽預約」顧客旅程地圖－準備階段.....	24

圖 20：「導覽預約」服務流程關鍵步驟.....	25
圖 21：導覽列命名不清晰.....	26
圖 22：台南散步導覽的「取消／查詢導覽預約」.....	27
圖 23：導覽預約列表資訊較少.....	28
圖 24：活動介紹內容未符合使用者需求.....	29
圖 25：路線介紹.....	30
圖 26：導覽預約—服務說明.....	30
圖 27：預約表單同意事項.....	31
圖 28：報名結果頁面.....	31
圖 29：通知信函內容.....	32
圖 30：側邊欄的「臺南散步導覽」.....	34
圖 31：活動年曆.....	35
圖 32：主題分類.....	35
圖 33：導覽活動介紹的關鍵資訊.....	36
圖 34：預約流程調整.....	37
圖 35：活動梯次資訊以月曆呈現.....	38
圖 36：加入 Google 行事曆.....	38
圖 37：通知信函.....	39

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

台南旅遊網(網址：<https://www.twtainan.net/>)為提供旅遊資訊服務，給想前往臺南旅遊之遊客。透過網站，旅客能掌握臺南的景點、活動、美食、購物及住宿等旅遊資訊，且提供規劃好的旅遊行程，供遊客參考。以豐富、完善的旅遊資訊，進一步吸引國外遊客前往臺南旅遊。網站包含景點或活動查詢、導覽預約、最新消息查詢及文宣摺頁查詢/下載等服務。

2.網站目標族群

有興趣或確定要前往臺南旅遊之遊客。

(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(請參見附件一：機關網站需求深入調查表)，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.網站定位不明確：網路上有許多旅遊資訊平臺，使用者不確定為何要選擇進入台南旅遊網，且對政府網站抱有刻板無趣的印象。
- 2.使用者對導覽預約缺乏認知：使用者因缺乏對「導覽預約」的認知與概念，不清楚臺南市政府有提供該服務，以及其服務對象與

內容。

- 3.使用者無法有效率取得所需資訊：首頁資訊架構與使用者預期不符。導覽活動內容未提供關鍵資訊且不易閱讀，使用者難以判斷是否預約。預約完成，無法確認預約填寫的資訊。

(三)優化標的

網站首頁與主要服務流程為本次工作坊優化目標。完成需求調查與分析後，經過機關同仁與設計顧問討論，擇定「導覽預約」為主要服務流程進行精進，選擇原因為「讓使用者能認識導覽預約服務」、「提升使用者預約導覽的便利性」及「使用者常反應找不到導覽預約查詢/取消連結」。

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.網站定位不清晰

網路上有許多旅遊資訊，來自各旅遊、訂房與訂票平台，以及部落客文章，內容豐富多樣且完整，使用者能由網路資訊中篩選自己需要的旅遊資訊。

「台南旅遊網」的定位缺乏差異化，大部分使用者在規劃旅遊時，未先想到要去台南旅遊網，且對政府網站的看法多半認為傳統與無趣，於瀏覽器搜尋到時，不會想點進去。

2.網站的觸及¹方式未滿足使用者搜尋的需求

(1)使用者習慣搜尋景點或活動

使用者於搜尋旅遊資訊時，除有習慣、明確的預訂需求或目的，顯少會直接搜尋某旅遊資訊平台。瀏覽器搜尋時，以想去的景點或活動作為主要關鍵字；時間、地點及行程等為次要關鍵字。使用者輸入關鍵字時，習慣用組合模式「主要關鍵字+次要關鍵字」，例如「月津港 半日遊」和「台南燈會 地點」等。

從 Google 搜尋時，台南旅遊網的搜尋結果排名不一定是前五名，且文章標題較不具吸引力，使用者易被其他網站或部落客之文章標題所吸引，如圖 1。

¹ 觸及：代表是有多少人看過網站的貼文，表示網站的貼文觸及到多少粉絲或民眾，舉例來說A在滑手機時看到了貼文 2 次，那麼貼文的曝光是2；觸及是1（只觸及到A1個人，但 A 看到貼文2次）。



圖1：關鍵字「台南」和「旅遊」的 Google 搜尋趨勢

(2)使用者對旅遊資訊更傾向他人推薦

年輕的使用族群多從 Instagram 及臉書等社群平台，透過井號（#Hashtag）或藉由大數據推播等方式，取得旅遊資訊，傾向參考他人推薦之旅遊資訊來規劃旅遊，如圖 2。

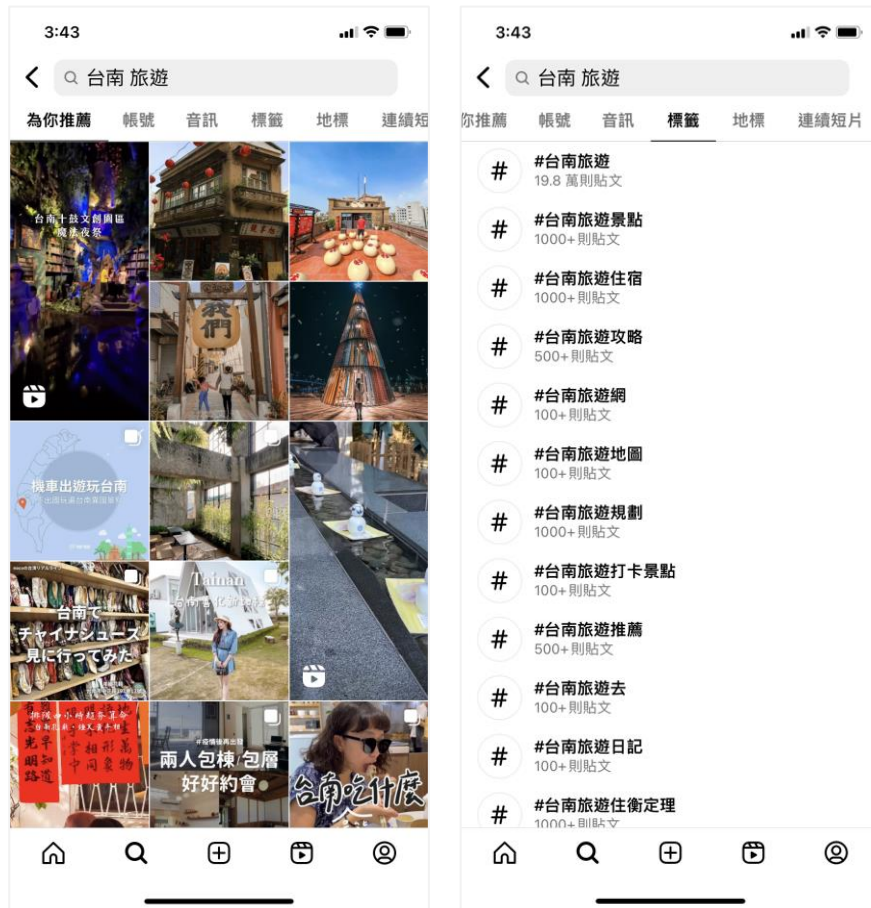


圖2：透過 IG 搜尋台南旅遊的推薦資訊

3. 網站資訊架構未符合使用者期待

(1) 使用者無法快速掌握首頁內容資訊

進入「台南旅遊網」後，首頁的資訊架構較長，有許多政策性的廣告推播，讓使用者不知該從何處下手查詢資訊。而多數使用者真正所需資訊集中於首頁下半段，例如旅遊攻略、推薦遊程路線及行前資訊等。使用者不一定有耐心看完全部內容，需要費時過濾資訊，方能找到所需的內容，如圖 3。

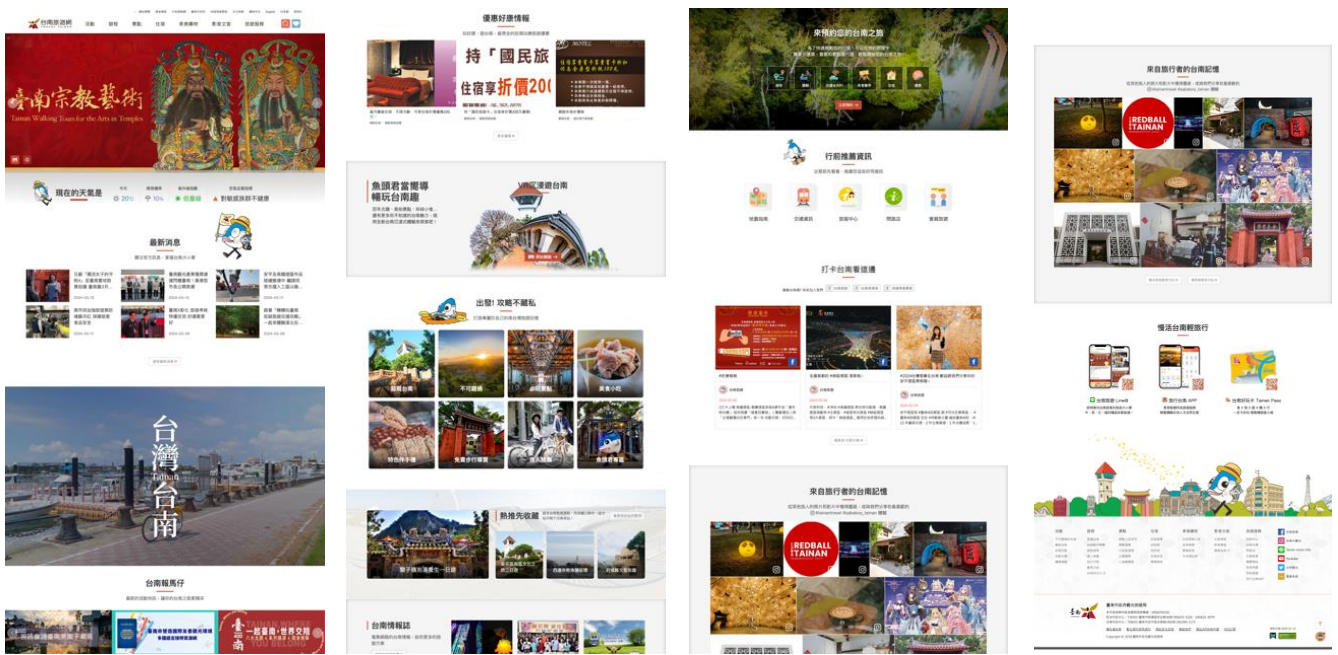


圖3：首頁資訊架構較長

(2)使用者無法有效率瀏覽主選單

網站資訊架構龐大，每個主選項裡都有許多子選項，過多內容與分類易造成使用者瀏覽時的負擔，導致認知混淆。例如「活動」、「景點」及「遊程」等主選項，於個別閱讀時，能夠被使用者理解，當使用者進一步展開各主選項之子選項後，反而易被誤導，並混淆三者之間的差異。其中包含的議題面向如下：

A.命名相近或看起來功能相似的名稱

例如主選項「活動」下的「旅遊熱訊」、「最新消息」及「近期活動」等子選項，因概念相似，令使用者難以區分，如圖4。



圖4：命名或功能相近的子選項

B. 缺乏適合的歸類

例如使用者在查看「遊程」時，主要預期會看到和旅遊行程有關的子選項，因此「認識台南」、「打卡熱搜」、「台南好玩卡」及「台南散步導覽」等子選項（如圖5），易讓使用者感到困惑。



圖5：子選項和使用者預期的歸類位置有落差

C.服務名稱不易理解或範圍模糊

部分子選項名稱對使用者可有多種解釋時（如圖 6 藍框處），易導致使用者難以想像內容，且使用者不清楚台南旅遊網的業務內容，故無法有效率地與網站互動。



圖6：不易理解功能和內容的子項目

(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²，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：

² 參考資料：Jacob Nielsen 十大網站體驗設計原則，<https://reurl.cc/0xNNWK>

1.系統與真實世界的關聯性（Match between system and the real world）

網站應該要運用使用者的語言，使用使用者熟悉的用語、格式、佈局和操作方式。打破原本以機關的服務為框架的資訊架構，改以更貼近使用者的語言與立場出發。

建議優先提供使用者需要的「景點」和「活動」資訊，並且讓使用者能透過「搜尋關鍵字」的方式查找資料。另外使用者對政策相關資訊較無需求，因此可以將機關的政策資訊進行歸類，為使用者進行分流。

2.美學與簡化設計（Aesthetic and minimalist design）

利用視覺元素區別資料的重要性，重新組織和排序內容，引導使用者觀看的焦點或順序，讓使用者可輕易地理解資訊。

在首頁上建議先為使用者建立對臺南的形象認識，同時讓使用者能夠快速掌握網站所提供的主要資訊，讓有明確目標的使用者能夠順利採取下一步行動；接續再為沒有明確目標的使用者進行旅遊資訊的推薦。

（三）優化項目

依據分析結果與建議原則，提出 3 項優化項目，詳細說明如下：

1.調整網站定位

過去政府旅遊網站，以搜集並公正客觀呈現各景點介紹為主；現今各縣市政府，以促進城市觀光發展為主。許大型活動由政府所舉辦，而大部份民眾對這些大型活動感興趣，民眾旅遊活動之需求，於現代逐漸發展成對「熱門」和「特殊」之景點或活動的需求型態。

依據使用者調查與工作坊討論結果，建議調整網站整體之定位與方向，提供使用者需要的內容，並著重於活動面向；分析外部旅遊平臺與台南旅遊網所能提供資訊功能之差異，以強化自身優勢。

(1)強化網站內容與使用者搜尋模式間之連結

A.優化搜尋功能

有明確目標之使用者於進入台南旅遊網後，會需要透過搜尋列來快速查找目標服務。建議優化搜尋列之視覺層級，給予操作提示，例如搜尋欄位顯示關鍵字（如圖7），以提升使用者查詢目標的效率。



圖7：提升搜尋列的視覺層級

B.強化網站與社群間之同步性

使用透過瀏覽網站獲得旅遊活動資訊內容之外，建議同步與串連社群平台上的活動資訊，讓使用者能在社群平臺與台南旅遊網之間往返，強化資訊被觸及的頻率，並提升台南旅遊網的能見度。

(2)提供使用者需要的內容

依循網站定位調整，建議首頁調整提供之資訊，納入活動、時程及地圖等使用者需求為主之項目（如圖 8、圖 9）。簡化內容，減少政策及新聞稿等非一般使用者需要之內容。



圖 8：首頁活動和時程的細部設計



圖9：首頁地圖的細部設計

2. 優化資訊架構

(1) 明確區分使用者所需要資訊與政府想推廣資訊

使用者傾向把政府推廣之政策性資訊另外歸類，建議彙整主選單之資訊類別，並依使用者之重要性調整資訊架構。

(2) 以「景點」和「活動」為核心，串連相關旅遊資訊

使用者於規劃旅遊行程時，習慣從「我要去哪裡？」和「要參加什麼活動？在哪裡？」，先以「景點」及「活動」之角度出發，再延伸景點探索，活動周遭有哪些值得體驗之地點，例如美食小吃、伴手禮店及特色體驗店等地點。

建議由各景點作為核心，景點周圍相關活動及地點，能於使用者查詢景點資訊時，同時揭露給使用者，如圖 10。活動資訊頁面串聯相關之景點和地點資訊。



圖10：以首頁地圖為例－提供景點的活動

(3)提升命名與實質內容之關聯性

「導覽」對使用者而言，可有多種不同的認知，因此建議將網站實際服務與多數導覽間做出差異或特色，「導覽預約」調整命名為「散步導覽預約」時，對使用者來說會更為直觀。其他非一般大眾所熟悉之網站業務，建議從使用者習慣用詞或實質內容有關聯的方式來命名。

(4)整合同性質功能或內容之頁面

建議將使用者難以區分差異之頁面進行整併，例如「遊程」之子項目「台南散步導覽」與「旅遊服務」之子項目「導覽預約」，都是散步導覽預約之服務。

整合使用者於查詢或搜尋時，會一併需要之部分，例如主選單「住宿」之子項目「住宿搜尋」、「找旅館」及「找民宿」，對使用者而言，多半需要的是找到可以住宿的地方，建議以「住

宿搜尋」為主，並優化其頁面之搜尋或篩選功能介面，以更符合使用者之需求。

3.重新定義網站設計

- (1)本次網站設計逢臺南建城400年，故延續其識別用色與概念。重新定義網站配色，使用色彩產生指示行動作用，首頁以金色（色碼#B2891E）為主色；藍色（色碼#B2891E）、紅色（色碼#A2212E）及土黃色（色碼#F1DAAA）為輔助色。內頁則維持原網站的用色。
- (2)整合並採用風格一致的造型、線條及圖示進行設計，圖示須明確表示該功能與資訊之意涵，如圖11。



圖11：風格一致的圖示設計

- (3)制定文字和圖像之視覺標準，並統一風格，提升網站易讀性。

文字規範如下：

- A.網站文字為求簡潔明快，建議主要使用無襯線的黑體字作為多數需要閱讀的文字，例如微軟正黑體及蘋方體。
- B.為延續臺南建城400年之文化風格，引導使用者的大型標題採用明體或宋體文字，例如思源宋體。
- C.訂定之行動版網頁文字標準，將大小微調如下：

內文：16px

選單：16px

次標題：26px

主標題：34px

大型標題：60px

D.行間距建議設定於字體大小的 1.2-1.6 倍；段間距建議設定於字體大小的 2-2.5 倍，提升網站閱讀性。

五、「網站服務流程」分析與建議

機關網站以「導覽預約」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. 使用者旅遊模式分為有無明確的遊玩目標，以及對臺南熟悉或不熟悉。依旅遊模式將使用者區分為四種類型，如圖 12。



圖12：「導覽預約」角色人物誌

(1)跟風任務型：計畫性高與對台南熟悉度較低，此類型使用者多來源於社群媒體與親友介紹，需求景點需具備話題和潮流性，為特定之大型活動與知名景點，前往台南，如圖 13。

(2)順路臨時型：計畫性低與對台南熟悉度較低，此類型使用者通常非旅遊目的而前往台南，對於即時資訊之需求最高，期望能快速掌台南景點位置，獲得較獨特之旅遊資訊，如圖 13。



跟風任務型



順路臨時型

特徵

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • 跟風仔，怕跟不上潮流 • 消息靈通，專門往爆紅的地方去 • 社群媒體重度使用者、自媒體 | <ul style="list-style-type: none"> • 居住地離臺南很遠 • 平時工作繁忙，假日也不一定有時間出遊 • 出遊大多決定的很臨時，很重視效率 • 更在意獨特的景點，不喜歡跟風流行 |
|---|--|

需求

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • 需要得到最新活動及潮流的消息，講求時效性 • 需要得到關注及流量 • 行程安排和景點需要有話題性、畫面感 • 消息主題類型需多元 | <ul style="list-style-type: none"> • 需要即時旅遊資訊 • 希望能快速掌握台南景點位置，有效率的規劃行程 • 希望能獲得獨特的旅遊資訊，不是大家都會去的景點。 |
|---|--|

痛點

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • 去的點不符預期 • 同性質競爭者多，容易流俗 • 訊息稍有延誤，就會落人後 | <ul style="list-style-type: none"> • 沒有時間一一爬文獲取新資訊。 • 擔心景點及店家網路上近況資訊有誤，導致撲空。 • 朋友和自己想去的景點都在不同地方，不知道可以怎麼安排行程 |
|---|--|

圖13：跟風任務型與順路臨時型

(3)探新返舊型：計畫性高和對台南熟悉度較高，此類使用者多曾在台南居住和求學，對台南旅遊之需求，偏向能獲得和過往旅遊經驗不同及特定主題之旅遊資訊，如圖 14。

(4)漫遊快活型：計畫性低和對台南熟悉度較高，此類使用者對旅遊行程安排較為彈性，通常會深度探索目標景點，對於即時資訊需求也較高，如圖 14。

	 探新返舊型	 漫遊快活型
特徵	<ul style="list-style-type: none"> 曾在台南居住、求學，後離開 喜愛旅遊、文青，與親友相聚 很注重過去回憶，同時追求新體驗 	<ul style="list-style-type: none"> 居住地離台南遠 旅遊注重品質，行程安排彈性，隨心情更換行程 針對目標景點，深度探索 偏好藝文類活動
需求	<ul style="list-style-type: none"> 希望能有特定主題的行程和景點介紹 希望能獲得以前不知道的旅遊資訊 	<ul style="list-style-type: none"> 需要即時旅遊資訊 希望能深度了解探訪的景點 希望得到近期藝文活動資訊
痛點	<ul style="list-style-type: none"> 舊地重遊，不知老景點及店家還在不在 懶得一一爬文獲取新資訊 新景點容易不符預期 	<ul style="list-style-type: none"> 藝文活動資訊來源發散，不易統整 景點及店家網路上近況資訊有誤，導致撲空 景點人潮過度擁擠，嚴重影響旅遊品質

圖14：探新返舊型與漫遊快活型

2. 「導覽預約」服務的顧客旅程地圖，如圖 15。

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。

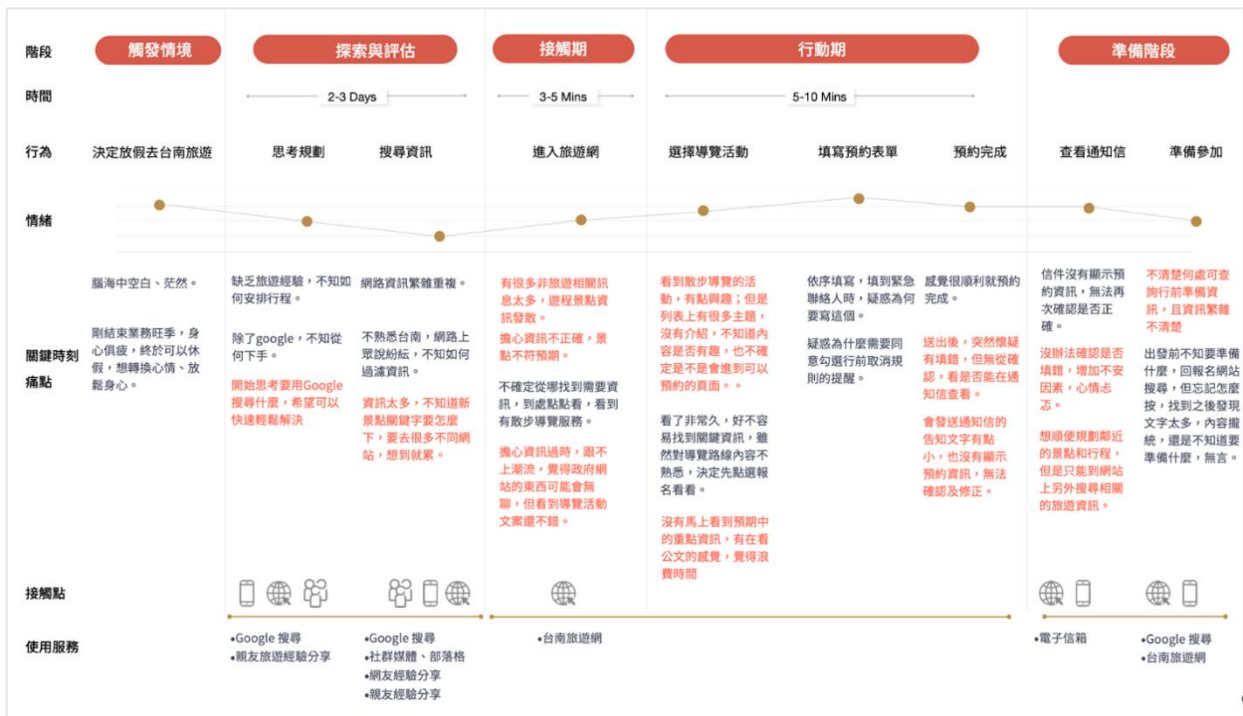


圖 15：「導覽預約」顧客旅程地圖

「導覽預約」顧客旅程地圖分為探索與評估期、接觸期、行動期及準備期等四個階段。

(1)探索與評估期

此階段為使用者對旅遊前之規劃與搜尋行為，如圖 16。旅遊資訊來源多為搜尋網站、社群媒體及親友推薦，資訊量繁雜，此時網站需要外觀美觀及資訊相關性高，使用者進入或使用網站意願才會增加。

知名度較高、較新穎及具話題性之景點，例如「2024 紅球」及「2024 台灣燈會在台南」，較能吸引「跟風任務型」使用者。

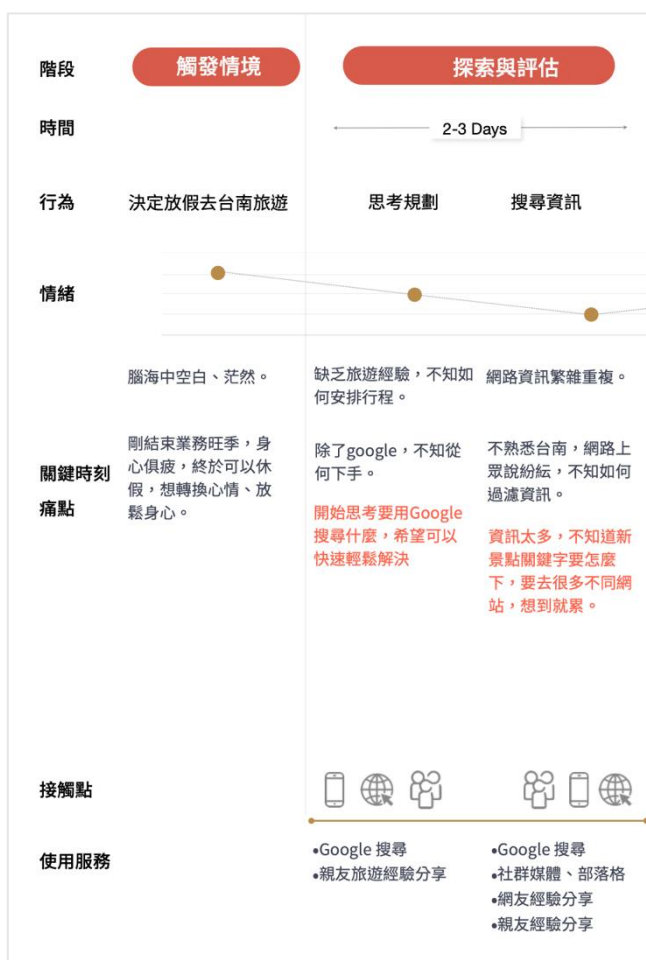


圖16：「導覽預約」顧客旅程地圖－探索與評估期

(2)接觸期

此階段為使用者正式進入「台南旅遊網」，如圖 17。此時網站應具內容獨特性、導航結構清晰易用、提供最新資訊及資訊相關性高等要素，以符合使用者之需求。

「私房主題行程」議提供主題性較高之旅遊行程，能吸引「順路臨時型」之使用者，平時不追逐流行，更偏好特別的景點行程。

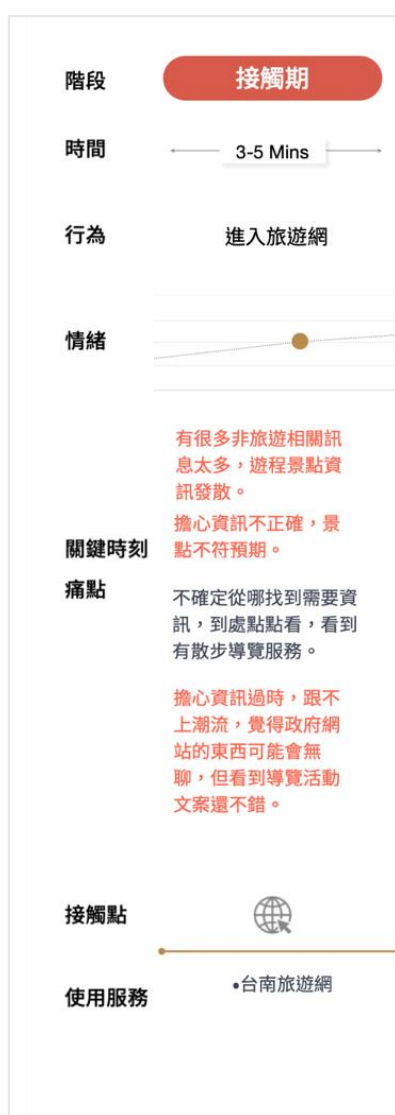


圖17：「導覽預約」顧客旅程地圖－接觸期

(3)行動期

此階段為使用者選擇導覽活動、填寫預約表單及預約完成，如圖 18。各項導覽活動之圖片是否看起來有趣美觀和活動主旨是否清楚，將影響使用者進一步瞭解活動之意願。

文字資訊結構清晰，方能提升使用者對活動之理解程度。「漫遊快活型」使用者，重視完整、清晰及貼近實際情形之圖片與路線規劃。

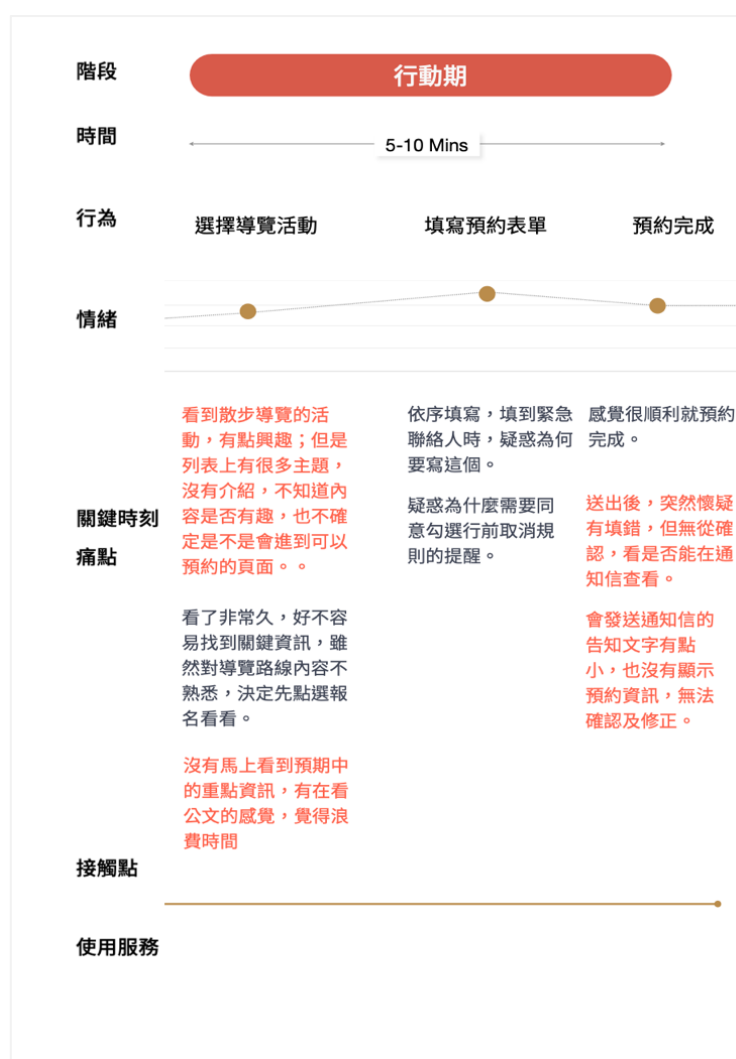


圖18：「導覽預約」顧客旅程地圖—行動期

(4)準備期

此階段為使用者查看通知信和準備參加導覽，如圖 19。使用者於預約完成時，須確認所填寫之報名資訊是否正確無誤；於準備參加活動的前幾天，也會再次確認預約內容，以做好行前準備，包含日期、導覽時間、報到時間、集合地點、路線地圖、行前注意事項、主辦單位電話及導覽員聯絡電話等活動內容。

大部份使用者習慣於預約完成後及活動開始前確認通知信，因此，須將上述資訊以清楚並明確地載明於通知信中。

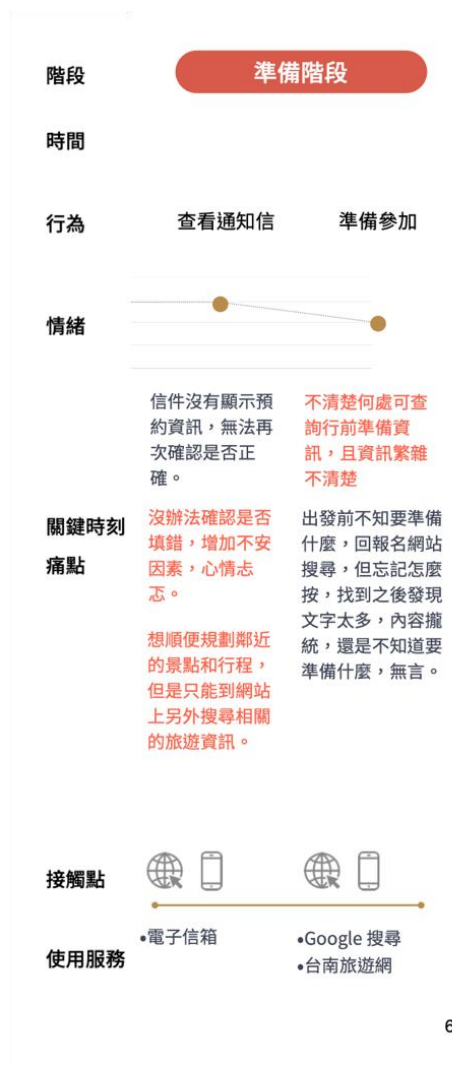


圖19：「導覽預約」顧客旅程地圖－準備階段

(二) 流程關鍵步驟

依據此次工作坊之易用性測試情境：使用者想去台南旅遊，聽說有導覽預約的功能，希望可以先進行預約。使用者完成任務「導覽預約」須操作 7 個關鍵步驟，如圖 20。



圖20：「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.進入「台南旅遊網」首頁

(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」。

(2)大部分使用者缺乏對「導覽預約」之認知與概念，不清楚臺南市政府有提供該服務，以及其服務對象和內容，較難聯想該服務與「台南旅遊網」之關聯。使用者之既定印象中，導覽預約人數通常需要5~6個人以上才能預約，且對政府單位之導覽預約於想像上可能與年輕世代的需求不符。

(3)「導覽預約」宣傳不足，使用者進入首頁後，無法立即找到導覽相關資訊。當使用者從自身需求之景點查詢時，景點介紹中也缺乏相關訊息。

2.進入「導覽預約」列表

(1)使用者對「導覽預約」認知模糊

因使用者不熟悉「導覽預約」且對其認知模糊，導致使用者於瀏覽導覽列時，不易分辨「導覽預約」會被歸類在「活動」、「遊程」、「景點」或「旅遊服務」的哪一個項目中，使用者不能確定該從哪個入口進入導覽預約流程，如圖 21。



圖21：導覽列命名不清晰

(2) 導覽預約資訊缺乏整合

若使用者透過主導覽列之「遊程」進入到「台南散步導覽」頁面時，因對機關業務不熟悉，無法直接判斷「台南散步導覽」是否提供導覽服務，可於該頁面看到「取消/查詢導覽預約」，如圖 22，使用者能依此線索判斷「台南散步導覽」與「導覽預約」有關。

當使用者想要進行選擇時，發現僅能逐項瀏覽活動，難以掌握有哪些導覽活動可以選擇。



圖22：台南散步導覽的「取消／查詢導覽預約」

3.選擇導覽活動

活動列表呈現的資訊僅提供活動時間、梯次及名額等活動資訊(如圖 23)，無活動介紹。照片或圖片也未必與活動內容相符，不易以引起使用者興趣。

於導覽預約列表頁面，因缺乏明確之行動按鈕(如圖 23)，使用者可能會不確定是否點擊感興趣之導覽活動就能進入預約流程。

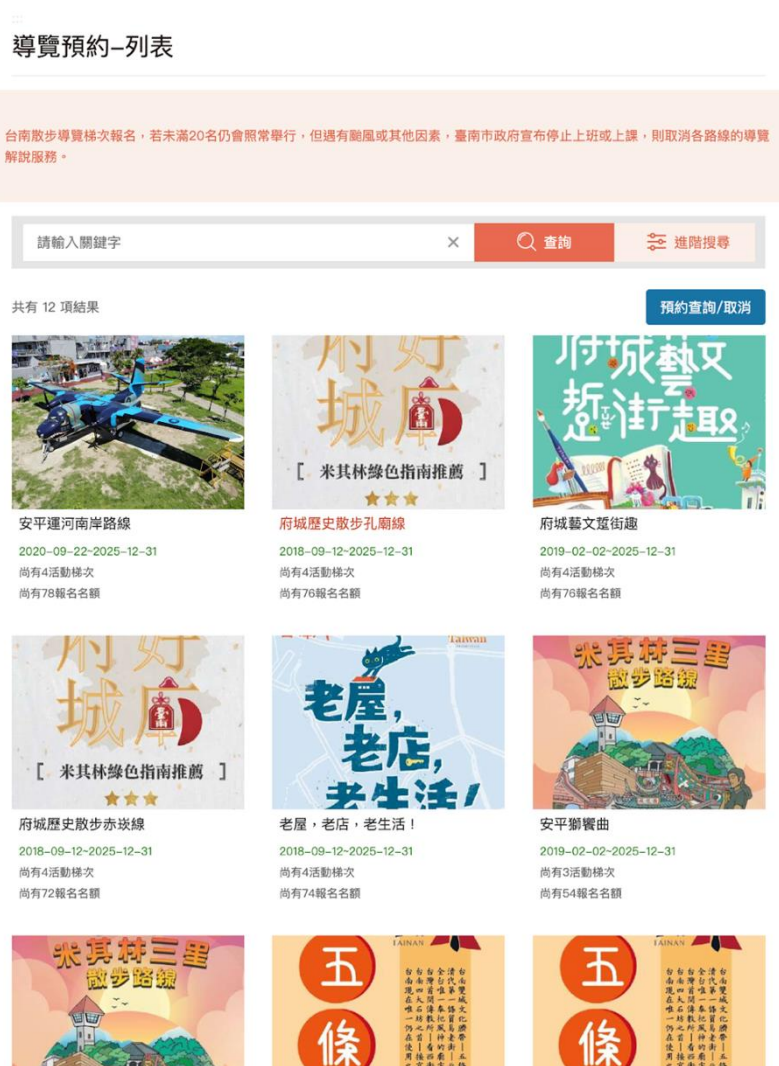


圖23：導覽預約列表資訊較少

4.瞭解活動與選擇報名日期

(1)活動介紹內容與使用者需求不符

活動介紹內容將預約說明資訊與活動資訊放在一起，以預約說明資訊為主，其中包含旅行社、團體預約及不同語言收費說明等資訊（如圖 24 編號 1），與目標使用者無關，此時使用者也尚未瞭解活動之內容、時間及路線等資訊，易造成使用者因未看到想看之資訊而中斷任務。

(2)未協助使用者區分資訊層級

使用者於活動介紹內容無法快速辨別哪些是預約說明資訊，哪些是活動資訊，也無法快速掌握活動資訊中有哪些是活動時間、導覽路線等資訊，如圖 24 編號 2。

活動介紹

1. 每梯次人數以20人為限(以散客為主)，逾20人以上之團體，請以私人預約付費方式，逕洽導覽員洽談解說時間、景點等相關解說內容(費用及解說員名單下載詳如項次五)。
2. 每人每梯次預約人數上限為5人，已預約報名解說服務，請於當日解說開始提前5分鐘抵達集合地點等候解說員，當日解說員穿著黃(橘)色導覽背心，並配戴導覽解說員識別證。
3. 請旅行社業者勿以旅遊團進行預約報名及帶至現場要求導覽解說服務。
4. 本服務提供散客周六日定時梯次的免費導覽服務，餘其他時間，若遊客(或旅行社)有導覽解說需求，網站有解說員建議名單可以[下載『解說人員名單』](#)，請直接洽詢解說員導覽費用及付費方式，解說時間約2小時(1場)，華語、英語及日語參考價格各為新台幣2000、3000及3500元(1場)。
5. 解說路線之梯次，開放線上預約報名時間為當周六、日之前2週，至活動前2小時截止。
6. 線上預約報名後，若有取消、查詢報名梯次是否成功，請點選預約查詢進行查詢及取消作業。
7. 其他有關導覽解說詢問事項，得傳送至(zhengchi013@gmail.com)信箱，將由專人為您回復。
8. 所有行程皆為散步導覽，不進入收費的古蹟參訪解說。
9. 如遇有颱風或天候不佳，臺南市政府宣布停止上班或上課時，則取消各路線的導覽解說服務。
10. 各路線導覽解說梯次報名，若未滿20名仍會照常舉行，但遇有颱風或天候不佳，臺南市政府宣布停止上班或上課時，則取消各路線的導覽解說服務。
11. 因屬散步行程請穿著布鞋並自備飲用水級防曬用品。
12. 有關散步路線圖，請下載附件檔案。
13. 「老屋，老店，老生活！」散步導覽解說時間及集合地點：
 - ▶時間(夏令:4-10月每週六下午4-6時)(冬令:11-3月每週六下午3-5時)
 - ▶集合地點：民權路與永福路交叉口（全美戲院【台南市中西區永福路二段187號】斜對面空地）
 - ▶路線：
全美戲院→北巷雕手→葉石濤文學地景→帆寮佛祖廟→屎山頂→金同成商店→原寶美樓→抽籤巷→金泉成雜糧行→赤崁鹽樓→米街→葫蘆巷→隘門→大井頭→全美戲院。

圖24：活動介紹內容未符合使用者需求

(3)使用者不易想像與判斷導覽活動內容

導覽路線以文字解釋，使用者對這些景點不熟悉，難以僅憑文字瞭解導覽會如何進行、花費時間、路程，以及是否符合期待，如圖 25。

13. 「老屋，老店，老生活！」散步導覽解說時間及集合地點:
- ▶時間(夏令:4-10月每週六下午4-6時)(冬令:11-3月每週六下午3-5時)
 - ▶集合地點：民權路與永福路交叉口（全美戲院【台南市中西區永福路二段187號】斜對面空地）
 - ▶路線：
全美戲院→北巷雕手→葉石濤文學地景→帆寮佛祖廟→屎山頂→金同成商店→原寶美樓→抽籤巷→金泉成雜糧行→赤崁聖樓→米街→葫蘆巷→隘門→大井頭→全美戲院。

圖25：路線介紹

5.填寫預約表單

(1)資訊重複造成使用者困惑

「導覽預約—服務說明」與活動介紹中的內容大致相同，使用者會認為已看過相關內容，便不會再仔細閱讀預約說明，部份使用者為此重複之資訊產生疑惑，如圖 26。

導覽預約—服務說明

請詳閱以下條款內容

預約說明：

1. 每梯次人數以20人為限(以散客為主)，逾20人以上之團體，請以私人預約付費方式，逕洽導覽員洽談解說時間、景點等相關解說內容(費用及解說員名單下載詳如項次五)。
2. 每人每梯次預約人數上限為5人，已預約報名解說服務，請於當日解說開始提前5分鐘抵達集合地點等候解說員，當日解說員穿著黃色導覽背心，並配戴導覽解說員識別證。
3. 線上報名後，系統會發送報名成功通知信至您的電子信箱，若無法操作請來電洽詢。
4. 請旅行社業者勿以旅遊團進行預約報名及帶至現場要求導覽解說服務。
5. 本服務提供周六、日免費預約導覽，其餘周一至周五若有需要導覽解說服務時，請下載查詢『解說人員名單』，以私人預約方式電詢逕洽解說員有關解說時間、景點及費用等相關事宜（解說時間約2小時(1場)，華語、英語及日語參考價格各為新台幣2000、3000及3500元(1場)）。
6. 解說路線之梯次，開放線上預約報名時間為當周六、日之前2週，至當周四13時30分截止。例如欲報名參加7月25日或26日（周六、日）散步導覽解說服務，線上預約報名時間自7月10日上午8時開始至7月23日13:30分止。
7. 線上預約報名後，若有取消、查詢報名梯次是否成功，請點選預約查詢進行查詢及取消作業。
8. 其它有關導覽解說詢問事項，得傳送至(zhengchi013@gmail.com)信箱，將由專人為您回復。

圖26：導覽預約—服務說明

(2)未於適當時機提供使用者所需資訊

使用者於填寫預約表單時，已是採取預約之行動，可於送出前看到「如果您無法參加本次導覽，請在導覽開始前取消預訂」的勾選同意項目，這與正在預約之行動有所矛盾，易造成使用者困惑，如圖 27。



已經詳讀並同意「[導覽預約-服務說明](#)」

如果您無法參加本次導覽，請在導覽開始前取消預訂。

驗證碼

e3b12  請輸入圖片中之驗證碼

圖27：預約表單同意事項

6.完成報名

未協助使用者確認報名資訊之正確性。報名結果頁面僅提供「預約梯次」與「人數」，使用者無法於完成報名時，確認報名資料是否填寫無誤，如圖 28。提醒使用者查看通知信函的文字視覺層級不清晰，易造成使用者因無法掌握資訊而感到不安。



「2024台灣燈會在臺南」安平燈區導覽解說- 安平燈區導覽解說3/1晚上2000-2130 - 報名結果

恭喜您成功預約本活動，請注意連絡信箱的通知信函，有關導覽解說詢問事項，得傳送至(zhengchi013@gmail.com)信箱，將由專人為您回復，謝謝您的配合！

報名成功

預約梯次

「2024台灣燈會在臺南」安平燈區導覽解說- 安平燈區導覽解說3/1晚上2000-2130

預約人數

1人

圖28：報名結果頁面

7. 查看通知信

使用者打開通知信時，作為標題的「導覽預約」於介面呈現上，讓使用者聯想到按鈕，易造成使用者誤會。信件內容僅提供「活動時間」、「集合地點」及解說員介紹等資訊，使用者無法於信件中確認預約資料是否填寫正確，使用者需要在點選「按此前往預約查詢/取消」，返回網站進行確認，如圖 29。使用者無法確認報名資訊，且行前資訊較少，不易做好行前準備。



圖29：通知信函內容

(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 3 項可用來檢視此服務流程的設計，相關說明如下：

1.辨識而非記憶（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。

預約完成頁面應含使用者預約之活動、日期、時間、集合地點、姓名、人數及電話等資訊，協助使用者再確認，郵件中除上述內容，亦可增加行前說明，例如建議穿著服裝與準備哪些物品，以供使用者參加活動前再做確認。

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。

活動介紹頁僅需介紹活動內容，將預約規定等資訊移除，重點介紹活動說明、活動路線、開放時間、花費時長及參加活動注意事項等，活動路線建議搭配簡易地圖，讓使用者能更直觀每個景點間之路程。

3.避免錯誤（Error prevention）

避免使用者犯錯，無論是填錯、記錯和有意識或無意識的犯錯。透過設計，諸如形狀、顏色、大小或是互動邏輯的調整，來盡量降低錯誤的發生。

於報名完成頁將報名資料列出，讓使用者能再次確認填寫內容是否正確，避免因姓名與電話等個人資料有誤，造成無法報到或產生其他問題。

（五）優化事項

依據分析結果與設計原則，提出 4 項優化項目，相關說明如下：

1.提供多元之管道與選擇

（1）增加散步導覽預約之管道

網站若將散步導覽預約作為主要推廣活動時，建議於側邊功能列設置按鈕（如圖 30），確保使用者於首頁可快速找到「台南散步導覽」並申請導覽預約。



圖30：側邊欄的「臺南散步導覽」

(2)提前揭露部分活動資訊

提供活動年曆，讓使用者可看到未來的活動時程(如圖 31)並提前規劃安排旅遊行程，促進網站效率。



圖31：活動年曆

2.區分資訊層級

(1)使用者一進入首頁即能取得需要且關注的資訊

將使用者較關注之「主題分類」層級提高，加強網站導航，如圖 32。使用者帶特定目的進入網站時，較易找到需要之資訊。



圖32：主題分類

(2) 關鍵資訊提升層級

使用者常用概覽方式直接搜索頁面上與自己需求有關之資訊。導覽預約活動介紹之資訊內容包括導覽人數條件、導覽時段、導覽員、報名方式、梯次說明、狀況說明及活動路線等活動資訊，建議彙整與分類資訊，讓使用者能快速找到需要的資訊，如圖 33。

參加對象	一般遊客 (1人成行)
活動時間	每週六日
費用	免費
遊覽路線	全美戲院→北巷雕手→葉石濤文學地景→帆寮佛祖廟→屎山頂→金同成商店→原寶美樓→抽籤巷→金泉成雜糧行→赤崁聖樓→米街→葫蘆巷→隘門→大井頭→全美戲院
集合地點	◎全美戲院 (民權路與永福路交叉口,【台南市中西區永福路二段187號】斜對面空地)
需要時間	2小時
注意事項	因屬散步行程請穿著布鞋並自備飲用水及防曬用品。
預約方式	採線上預約,請點擊「開始預約」按鈕。



路線地圖 (點我下載)

開始預約

圖33：導覽活動介紹的關鍵資訊

(3) 為不同需求之使用者區分資訊

建議網站依現有服務資源，將使用者區分為散客、團體及外語人士等族群，散客可進一步細分是否為親子家庭。於活動介紹資訊，將不同族群之需求做明確區隔，分別呈現一般散客、親子、團體及外語人士之報名方式。

3.符合使用者預期的操作方式

(1)細分現有預約流程的動作

使用者習慣先在活動介紹頁瞭解活動內容，確認有意願預約後，再閱讀活動規則。新預約流程將選擇梯次與填寫資料統整於同一頁，使用者填寫完資料後，可再次確認選擇的梯次，降低錯誤率，最後再進到報名完成與確認資訊，將使用者填寫的資訊呈現在報名完成頁，讓使用者最後再確認對填寫之資訊，降低錯誤，如圖 34。

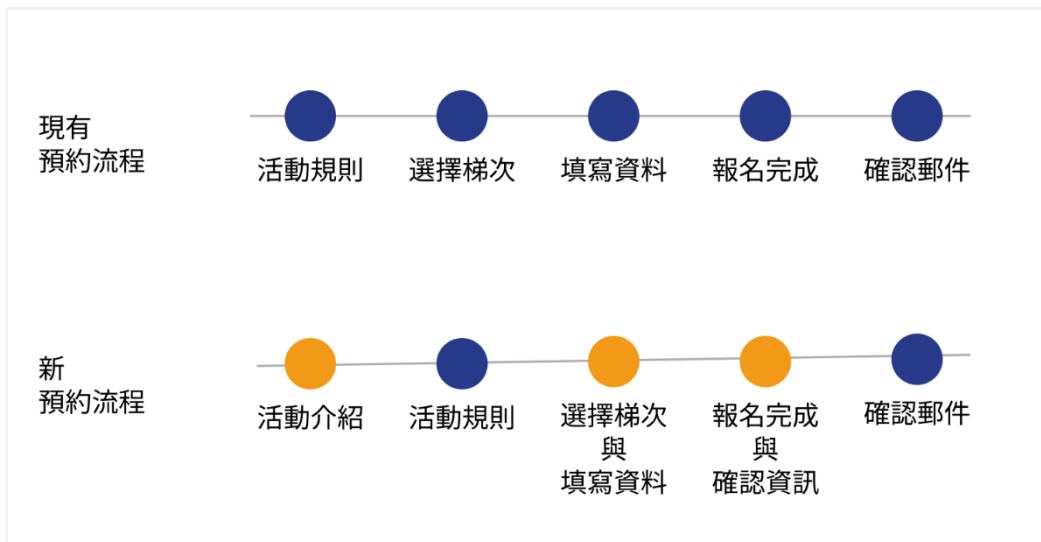


圖34：預約流程調整

(2)提供熟悉之介面讓使用者快速理解

選擇梯次建議以週曆或月曆呈現，與使用者使用一般行事曆之介面同，週曆方式呈現讓使用者更快理解選擇梯次的方式，如圖 35。

選擇想要預約的時間* 近兩週可預約的時間

3月導覽活動梯次						
週日	週一	週二	週三	週四	週五	週六
10日	11日	12日	13日	14日 ● 今天	15日	16日 上午9-11
17日	18日	19日	20日	21日	22日	23日 上午9-11

圖35：活動梯次資訊以月曆呈現

(3)串接加入行事曆之功能

提供連結到 google 行事曆的功能，讓使用者能快速排程，避免輸入錯誤或遺忘，如圖 36。

報名資訊

預約日期	2024-03-16	<input type="button" value="加入Google行事曆"/>
預約時間	上午9點 - 11點	
集合地點	全美戲院 (民權路與永福路交叉口, 【台南市中西區永福路二段187號】斜對面空地)	

圖36：加入 Google 行事曆

4.給予使用者完成報名後之引導

使用者藉由導覽預約成功之通知信，確認自己的報名活動梯次是否正確（如圖 37 編號 1），並於通知信中瞭解接下來參加活動時要準備什麼。

建議於通知信中，提供使用者明確之預約時間、集合地點及準備事項等資訊，集合地點除了地址和連結到 Google Map 方便導航外，可進一步提供使用者具體的商店、地標等適合作為標的之名稱，或其他輔助資訊，讓使用者易記，如圖 37 編號 2。

未來建議提供周邊景點或商家美食資訊，旅客參與導覽活動後，可到附近商家購物和吃美食，增進旅客停留於景點附近之時間。

散步導覽

您好：

歡迎參加台南市政府觀光旅遊局舉辦的【老屋，老店，老生活！】散步導覽活動，請詳讀導覽預約服務說明，並遵守注意事項相關規章，非常感謝您的熱情參與！

1

預約日期	2024-03-16	 加入Google行事曆
預約時間	上午9點 - 11點	
集合地點	◎ 全美戲院 (民權路與永福路交叉口，【台南市中西區永福路二段187號】斜對面空地)	

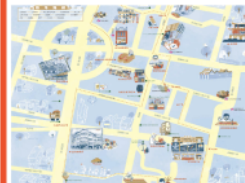
預約人數	3 人
姓名	王 X X
主要使用語言	中文
是否有12歲以下小孩同行？	是
聯絡電話	0912345678
電子郵件	abcd@gmail.com
緊急聯絡人	林 X X
緊急聯絡電話	0987654321
備註	無

預約查詢/取消

行前須知

2

- 請於導覽開始前5分鐘抵達集合地點。
- 若要取消、查詢報名梯次是否成功，請點選預約查詢/取消作業。
- 相關疑義請洽(zhengchi013@gmail.com)信箱，將由專人回覆。
- 本導覽為免費行程，不包含需門票的古蹟內部參訪。
- 如遇天候不佳，臺南市政府宣布停止上班或上課時，則取消各路線導覽解說服務。
- 因屬散步行程請穿著布鞋並自備飲用水及防曬用品。



路線地圖 ([點我下載](#))



解說員：陳美玲

電話：0921-772-335

經歷：遠東科技大學講師及台南市政府文化局解說大隊隊員。

圖37：通知信函



六、結語

本次工作坊以評估「網站首頁」與「導覽預約」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和省時之建議，說明如下：

(一) 首頁

- 1.調整網站定位：增強網站與社群平台之連結，優化搜尋功能並提供更具有特性之旅遊活動資訊。透過精簡首頁內容，並著重於展示熱門活動與地圖資訊，以滿足現代旅客對於特殊及熱門景點之需求。
- 2.優化資訊架構：明確劃分使用者導向與政策推廣內容，並強化景點與活動為中心之資訊連結。優化命名與內容對應及整合相似功能之頁面，使網站服務更易懂、易讀。
- 3.重新定義網站設計：一致性的圖示和線條風格，並設定清晰之文字規範，良好的視覺階層規劃，有助於資訊之閱讀與理解。
- 4.首頁依上述建議優化網站，輔導前後對照圖示，如表 1。

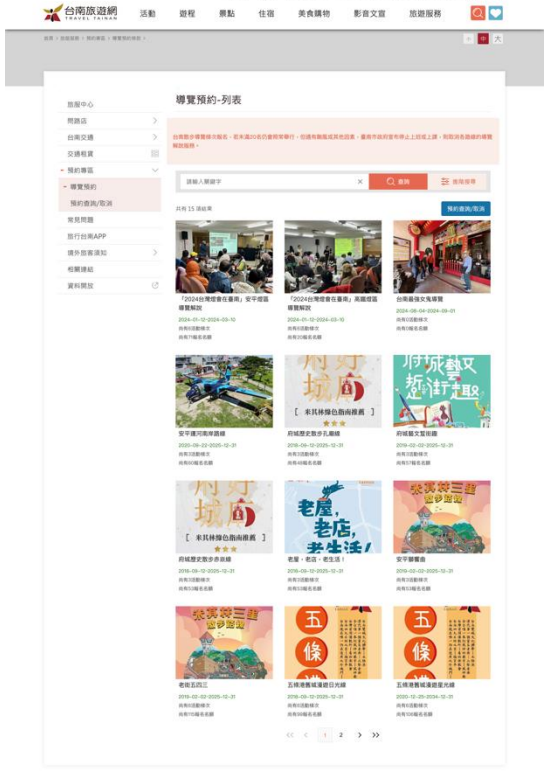
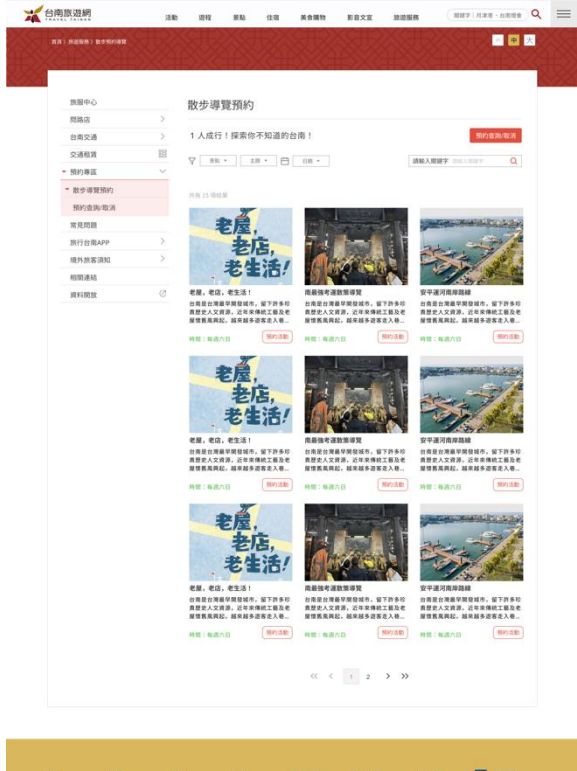
表1：首頁輔導前後對照圖示

序	輔導前	輔導後
1	 <p>The 'before' screenshot shows a website with a cluttered layout. It features a large header with a religious-themed image, followed by several text-heavy blocks with small images. The content is organized into a grid-like structure with various colored backgrounds (red, white, blue). The overall design is less visually appealing and more text-oriented.</p>	 <p>The 'after' screenshot shows a significantly redesigned website. It features a large, high-quality hero image at the top with a sunset and a large '臺南' (Tainan) title. Below this is a clear navigation bar with icons for '景點' (Attractions), '活動' (Activities), '行程' (Itineraries), '美食' (Food), '購物' (Shopping), '住宿' (Accommodation), and '交通' (Transportation). A prominent '熱門活動' (Popular Activities) section follows, with a '臺南全年活動總覽' (Tainan Annual Activity Overview) section below it, which includes a timeline of activities across seasons. The design is clean, modern, and more visually engaging, with a clear focus on user experience and navigation.</p>

(二)「導覽預約」服務流程

- 1.提供多元之管道與選擇：於首頁增設主要服務之功能按鈕，以促進使用者對該服務之認知與使用效率，並提供活動年曆，讓使用者可提前規劃未來旅遊。
- 2.區分資訊層級：將使用者關注之主題分類提升層級，並強化導航功能。透過整理與分類關鍵資訊，讓使用者能迅速找到所需資訊。
- 3.符合使用者預期的操作方式：調整設計預約流程，整合梯次選擇與資料填寫於同一頁面。透過連結行事曆的功能，協助使用者有效管理行程，減少錯誤與遺忘。
- 4.給予使用者完成報名後之引導：增強報名後的指引，通過確認通知信提供清楚的活動梯次、時間、集合地點、準備事項，以及連結至 Google Map 並標示具體地標等資訊。推薦周邊美食與商家資訊，滿足使用者探索的需求。
- 5.服務流程依上述建議優化網站，輔導前後對照圖示，如表 2。

表2：「導覽預約」服務流程輔導前後對照圖示

序	輔導前	輔導後
1		

序 輔導前

「安平獅舞曲」3/9上午9-11時-填寫預約申請

預約時間：2024-03-09
 預約時間：2024-03-09
 預約人數：3人

姓名：*
 聯絡電話：*
 電子郵件：*
 緊急聯絡人：*
 緊急聯絡電話：*

備註：*

是否有12歲以下小孩同行？
 是
 否

聯絡電話：*

電子郵件：*

緊急聯絡人：*

緊急聯絡電話：*

備註：*

已讀解讀說明書「[重要資訊\(點選說明\)](#)」
 同意本活動之各項規定，請點選同意後再點選「[送出](#)」。

聯絡碼：*

3月導覽活動梯次

週日	週一	週二	週三	週四	週五	週六
10日	11日	12日	13日	14日	15日	16日
17日	18日	19日	20日	21日	22日	23日

預約日期：2024-03-16
 預約時間：上午9點 - 11點
 集合地點：* [金美戲院](#) (長福路與永福路交口，【台南市中西區永福路二段187號】斜對面空地)

報名資訊
 預約人數：3人
 姓名：*
 主要使用語言：*
 是否有12歲以下小孩同行？*
 聯絡電話：*
 電子郵件：*
 緊急聯絡人：*
 緊急聯絡電話：*
 備註：*

3

輔導後

老屋,老店,老生活!

選擇您預約的時間：*
 3月導覽活動梯次

週日	週一	週二	週三	週四	週五	週六
10日	11日	12日	13日	14日	15日	16日
17日	18日	19日	20日	21日	22日	23日

預約日期：2024-03-16
 預約時間：上午9點 - 11點
 集合地點：* [金美戲院](#) (長福路與永福路交口，【台南市中西區永福路二段187號】斜對面空地)

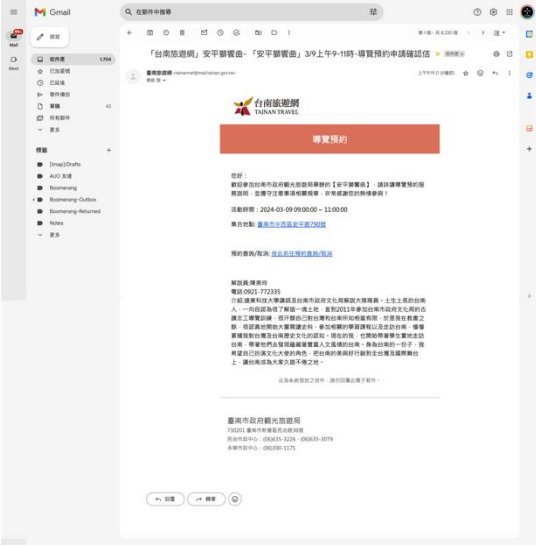

報名資訊
 預約人數：3人
 姓名：*
 主要使用語言：*
 是否有12歲以下小孩同行？*
 聯絡電話：*
 電子郵件：*
 緊急聯絡人：*
 緊急聯絡電話：*
 備註：*

序

輔導前

4

輔導後

序	輔導前	輔導後
5		

以上建議方案提供台南旅遊網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/YE3dpL>）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

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。調查表內容將於三月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)

台南旅遊網

二、請用5個詞彙表達您的網站希望給人的印象 (必填)

輕鬆、吸睛、實用

三、請列出機關網站建置目標 (至少5項) (必填)

1. 依據不同遊客需求提供完善之資訊。
2. 吸引全世界遊客前來台南旅遊。
3. 透過完善的網站功能，使遊客快速搜尋到想要的旅遊資訊。
4. 符合機關政策宣導之基本需求。

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. 景點查詢
2. 活動查詢
3. 導覽預約
4. 最新消息查詢
5. 文宣摺頁查詢/下載

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)

旅遊資訊查詢

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：網站承辦人、網站業務單位主管與廠商窗口
2. 會議：需求訪談會議和期中報告會議
3. 確認：企劃書

4. 報告：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）

帶出台南旅遊的形象，引導民眾善用網站資訊

八、請列出業務單位對網站改版需求與看法（必填）

同建置目標

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）

製作形象影片，搭配形象廣告，吸引遊客。

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）

1. 找不到導覽預約查詢/取消連結。

2. 網站資料不符現況。

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

調查表到此結束！感謝您的配合！

台南旅遊網

以使用者為中心設計 { 使用者洞察報告 }

UCD.Gov Travel Tainan

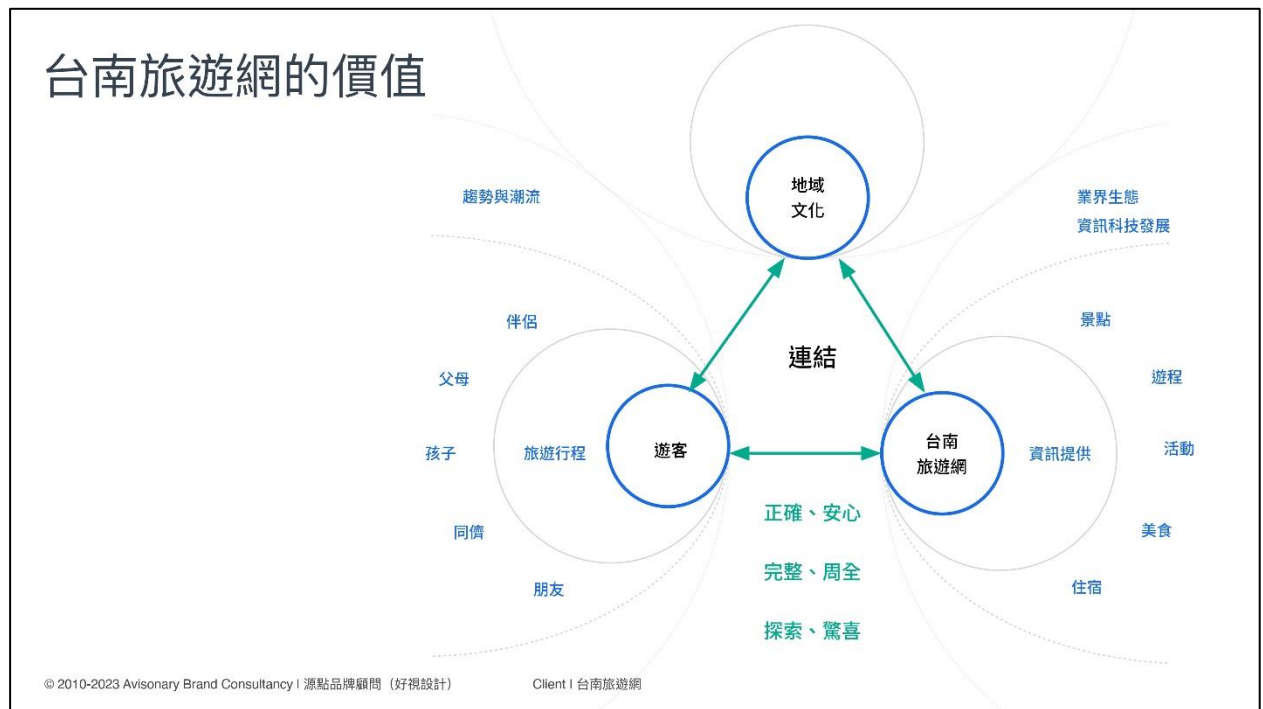
Ken Yi Jhang
Creative Director

2F., No. 25, Chenggong 2nd Rd., Qianzhen Dist.,
Kaohsiung City 806614, Taiwan (R.O.C.)

+887 (0)7 5917856
avisonary@avisonary.com

Version_01

© 2010-2023 Avisonary Brand Consultancy | 源點品牌顧問 (好視)



兩大關鍵議題

議題一、 網站定位過於發散

議題二、 資訊架構設計不清晰

專案研究方法

(使用者訪談與分析)

瞭解不同的用戶群體對應不同需求與行為

(卡片法)

瞭解使用者對網站資訊架構的認知與探索模式

(易用性測試)

瞭解使用者在單向流程中遇到的困難與阻礙

(用戶旅程)

瞭解使用者在取得台南旅遊資訊前中後之接觸點所產生的情緒需求與痛點

(原型設計)

瞭解使用者對於服務雛形的認知與體驗，作為優化與驗證的基礎依據

01 定位

© 2010-2023 Avisonary Brand Consultancy | 源點品牌顧問 (好視設計)

議題一、網站定位過於發散

Q1：網站定位不夠明確或太過廣泛。

Q2：忽視目標用戶群，內容以機關單位需求為導向開發與傳遞內容。

Q3：使用者更關注在自己需求本身。

改版緣由

承辦期待

「期待當民眾想要來台南旅遊時，就會想到台南旅遊網:)」

機關單位視角

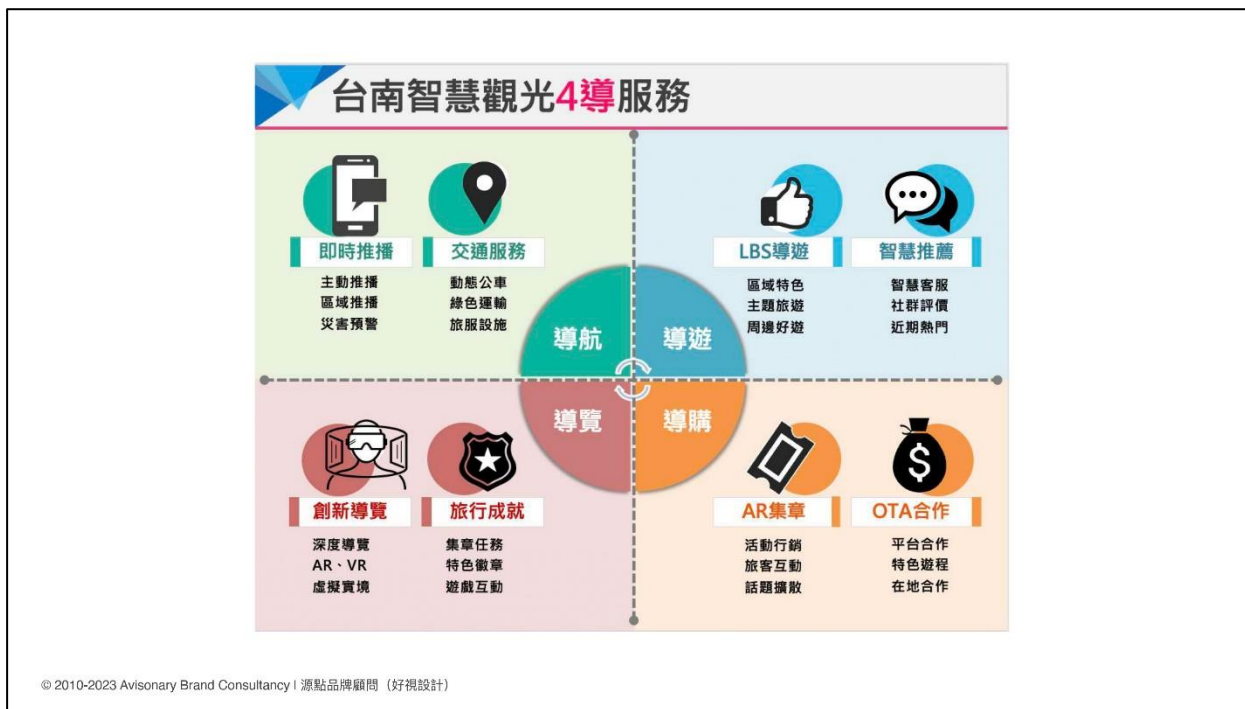
功能豐富，但不知道在哪
(例如導覽預約的查詢/取消)。

資料量龐大，無法每筆即時更新。

業務單位、長官表示：
政策宣導不夠多。

民眾、議員表示：
廣告、政策推廣太多，不像
旅遊網。





使用者的行為特徵

[1] 年齡和查詢習慣的關係

年紀愈大的使用者傾向關鍵字搜尋，且較難掌握網站架構；年紀愈輕的使用者傾向從社群媒體取得資訊（資訊要酷炫不老氣）。

[2] 混沌的旅程

使用者在進行台南旅遊的資訊探索時，會從多元的管道中，反覆的執行探索與評估，進而解決問題。

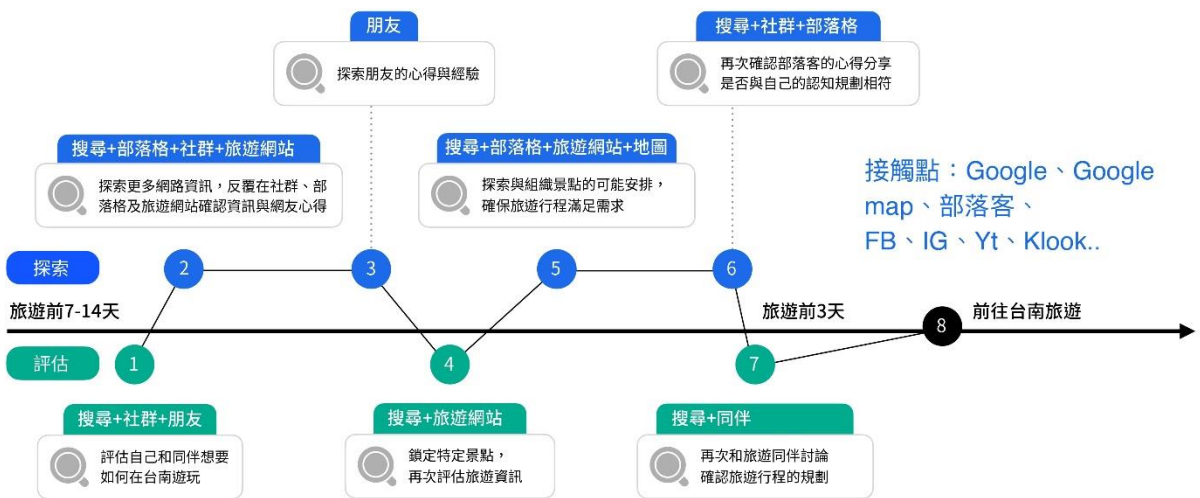
[3] 對台南的熟悉度與是否具備目的性

使用者對於台南的熟悉程度與是否有目的性的探索，在需求的表現上明顯不同。

有哪些使用者？（人物原型Persona）



混沌的用戶旅程 當民眾有需求時，怎麼想都不想到台南旅遊網



使用者期待什麼價值？

旅行前

- 容易查找到與行程有關的訊息
- 能從探索中找到一些新奇感
- 期待多元的內容，但又不希望花費太多時間組織（選擇困難）

旅行中

- 與自己重視的人包含自己參與其中，並且共創回憶，回憶是快樂的溫馨的
- 適時的得到幫助，讓旅程更便利

旅行後

- 自己的高光時刻可以在社群上分享被朋友們喜歡
- 分享給其他人這個旅遊景點的推薦或是建議
- 抱怨與吐苦水

規劃旅程時的痛點

旅行前



- 不知道臺南有哪些景點。
- 網路上有很多資訊，不知道哪一個才是最新、最正確的。



- 擔心找到的資訊不正確。
- 擔心找到的資訊和自己想像有落差。



- 認知到的景點資訊會不會和實際上不一樣；沒有想像中的有趣。

旅行中



- 現場和查到的資訊不一樣，例如有很多東西已經老舊、不齊全、服務不完整；或是照片看起來很大範圍的地方，實際很小。

機關單位與民眾的交集與落差

機關單位需求



民眾的想法期待

© 2010-2023 Avisonary Brand Consultancy | 源點品牌顧問 (好視設計)

Client | 台南旅遊網

15

02 架構

© 2010-2023 Avisonary Brand Consultancy | 源點品牌顧問 (好視設計)

議題二、資訊架構設計不清晰

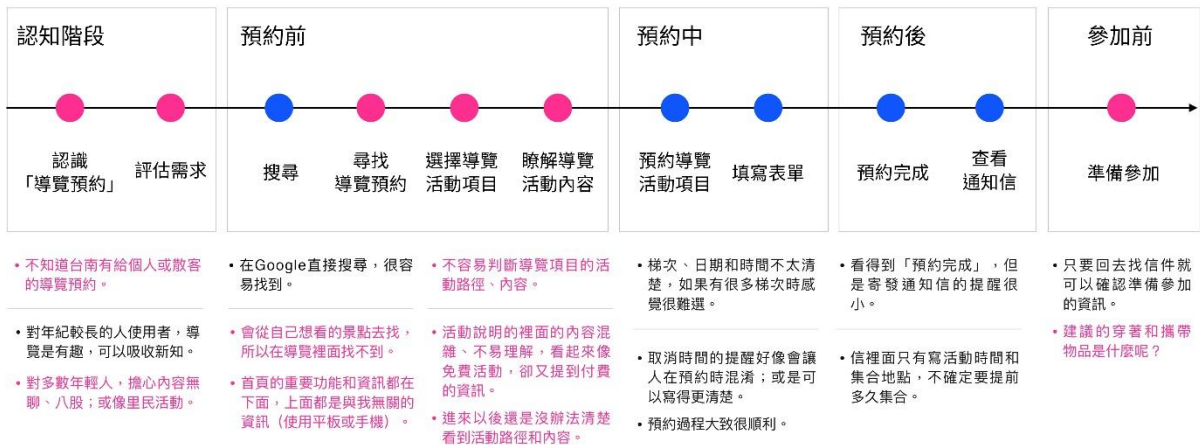
Q1：資訊過載、導航不清晰。

Q2：資訊分類和標籤使用不當。

Q3：缺乏直觀的介面與有效的用戶引導。

易用性測試的結果

關鍵任務流程



活動	遊程	景點	住宿	美食購物	影音文宣	旅遊服務
不可錯過的台南	認識台南	景點人流狀況	住宿搜尋	必吃美食小吃	文宣摺頁	旅服中心
最新消息	台南散步導覽	景點搜尋	找旅館	店家搜尋	影音專區	台南交通
近期活動	遊程搜尋	行政區搜尋	找民宿	異國美食	圖庫系統	問路店
活動年曆	達人推薦	主題搜尋	住宿安全	牛肉湯店家		交通租賃
優惠情報	自訂行程	人氣露營區	標章說明			導覽預約
	鐵馬之旅					常見問題
	台南好玩卡					問卷調查
						旅行台南APP

使民眾疑惑的導覽架構

父層的「活動」、「景點」、「遊程」容易混淆

同一父層底下相近或看起來功能相似的命名

歸類不適合的子項目

不易認知內容的命名，命名不清晰

民眾為了找「導覽預約」，
把主題專頁全部點過一次，費時3min。



使民眾疑惑的導覽架構

架構問題 (1)

「活動」、「遊程」、「景點」容易混淆



© 2010-2023 Avisonary Brand Consultancy | 源點品牌顧問 (好視設計)

因為不確定三者有什麼不同，民眾通常會把三個下拉選單都看過。



21

使民眾疑惑的導覽架構

架構問題 (2)

同一父層底下相近或看起來功能相似的命名



© 2010-2023 Avisonary Brand Consultancy | 源點品牌顧問 (好視設計)

對民眾來說，這些東西看起來都有點像。



22

使民眾疑惑的導覽架構

架構問題 (3)

歸類不適合的子項目



© 2010-2023 Avisonary Brand Consultancy | 源點品牌顧問 (好視設計)

民眾以為景點會有「景點的導覽預約」；「台南散步導覽」、「認識台南」為什麼會在遊程裡？



23

使民眾疑惑的導覽架構

架構問題 (4)

不易認知內容的命名，命名不清晰



© 2010-2023 Avisonary Brand Consultancy | 源點品牌顧問 (好視設計)

民眾沒辦法輕易理解「打卡熱搜」是什麼？「台南好玩卡」是什麼？



24

03 策略結論

© 2010-2023 Avisonary Brand Consultancy | 源點品牌顧問 (好視設計)

Product - Market Fit 定位對焦



The Product-Market Fit Pyramid framework was created by Dan Olsen.

© 2010-2023 Avisonary Brand Consultancy | 源點品牌顧問 (好視設計)

Client | 台南旅遊網

26

結論

取得旅遊資訊的前中後

1. 在使用者旅行前，透過正確的接觸點建立使用者的認知與連結，讓使用者需要時能夠想到台南旅遊網。
2. 在使用者查詢台南旅遊資訊時，能夠即時、直覺的掌握資訊。
3. 協助使用者在台南旅遊網中，能夠快速判斷哪些是需要的資訊。
4. 協助使用者在取得資訊後，能進一步獲得更貼心的資訊。

定位與架構

1. 定位上提供民眾其他流量為主的網站所沒有的資訊，主推大型活動資訊；或主題行程，例如歷史文化結合時事潮流的主題行程。
2. 架構上以景點為串連網站的主體，在景點下提供完整的服務資訊內容，提供使用者足夠的資訊橫向串連，例如行程中各個景點可以再連結回景點的資訊。
3. 建議網站整體收斂資訊內容，在架構中將雷同、易混淆、應歸類的項目釐清、歸納和收攏。

Thank you



● Avisonary™ 源點



© 2010-2023 Avisonary Brand Consultancy | 源點品牌顧問 (好視)

Contact Information

2F., No. 25, Chenggong 2nd Rd., Qianzhen Dist.,
Kaohsiung City 806614, Taiwan (R.O.C.)

+887 (0)7 5917856
+887 963918921
visiondesignx1@gmail.com

Ken Yi Jhang
Creative Director



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	<p>主選單：使用者對主選單感到混淆，當使用者具有較強目的性，要找到某一功能時，不易找到。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 私房主題行程：使用者對於主題明確的活動較容易產生興趣。 2. 活動年曆：使用者看到尚未舉辦且感興趣的活動，會願意抽空前往參與，對於使用者規劃未來行程有幫助。 3. 景點地圖：可以幫助沒去過台南的人更快找到景點地理位置。
測試者 2	<ol style="list-style-type: none"> 1. 活動宣傳廣告：滿版橫幅廣告對於電腦操作較不熟悉的使用者來說，較容易影響或中斷使用網站。 2. 主題分類：較容易被感興趣主題圖片吸引，例如美食、伴手禮。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 網站整體風格：活潑繽紛的色彩更符合對旅遊網站的印象。 2. 私房主題行程：偏好主題式的一日遊行程，或以景點為主發散至周邊。 3. 活動年曆：使用者看到尚未舉辦且感興趣的活動，會願意抽空前往參與，對於使用者規劃未來行程有幫助。 4. 景點地圖：能幫助快速認知景點位置、景點資訊與近期活動。
測試者 3	<p>主選單：使用者習慣直接從主選單找出想要的功能，使用旅遊網站較以目的為導向。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 搜尋欄：使用搜尋功能直接查找關鍵字，較符合使用者使用習慣。 2. 活動年曆：可以快速查看預定的

測試成員	原網站設計	新設計方案
		<p>旅遊日期是否剛好有活動舉辦。</p> <p>3. 景點地圖：直接呈現地理位置的方式很清楚，其中的景點介紹，要到台南旅遊時可以快速瞭解景點。</p>
測試者 4	<p>1. 活動宣傳廣告：對於活動圖片及影片較有興趣。</p> <p>2. 搜尋欄：位置過於隱蔽，不易找到，因使用者習慣直接搜尋關鍵字，導致使用者在操作過程中產生較大阻礙。</p>	<p>1. 網站整體風格：資訊分區以底色色塊區分較為清晰。</p> <p>2. 私房主題行程：偏好主題式的行程，不必思考行程如何安排。</p>
測試者 5	<p>預約套裝行程：資訊架構命名混雜，易導致使用者找不到所需的服務，如「預約套裝行程」為導出至外部網站，「導覽預約」才是台南旅遊網本身提供的服務。</p>	<p>1. 熱門活動：希望文字資訊能簡潔有力的列出時間、地點。</p> <p>2. 活動年曆：使用者看到尚未舉辦且感興趣的活動，會願意抽空前往參與，對於使用者規劃未來行程有幫助。</p> <p>3. 景點地圖：助於使用者理解周邊有哪些景點可以加進行程中，對於排行程有幫助。</p>

(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"> 1. 導覽預約一列表：活動照片需充分展示活動主題。 2. 活動資訊：資訊層級需清楚明確，使用者閱讀時多為快速瀏覽，易錯過重要資訊或造成誤解。 3. 各報名梯次：時間梯次全都列出，使用者搜尋不易。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 月曆：使用者不清楚月曆使用方法，梯次如何選擇需說明清楚。 2. 報名資料：填寫 12 歲以下參加的目的需說明清楚。 3. 預約成功：活動在什麼情況下會取消應再次提醒。 4. 預約成功：主辦單位或導覽員的聯絡電話應更容易被使用者發現，臨時無法參與活動時更易找到溝通渠道。
測試者 2	<ol style="list-style-type: none"> 1. 導覽預約一列表：活動介紹按鈕不夠明顯或過於隱蔽，使用者找不到進入列表頁或活動介紹頁的入口。 2. 活動資訊：資訊層級需清楚明確，使用者閱讀時多為快速瀏覽，易錯過重要資訊或造成誤解。 3. 預約導覽：「立即報名」按鈕不夠明顯，使用者不易找到。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 導覽預約一列表：字體太小且字數太多，不易引起使用者興趣。 2. 月曆：梯次選擇太少，只有近兩週，造成使用者容易放棄預約。 3. 報名資料：填寫 12 歲以下參加的目的需說明清楚。 4. 預約成功：主辦單位或導覽員的聯絡電話應更容易被使用者發現，臨時無法參與活動時更易找到溝通渠道。

測試成員	原網站設計	新設計方案
測試者 3	<ol style="list-style-type: none"> 活動資訊：資訊層級需清楚明確，使用者閱讀時多為快速瀏覽，易錯過重要資訊或造成誤解。 完成報名：使用者填完資料後無法查看或再次確認填寫的資訊是否正確。 	<p>預約成功：當天集合地點、報到流程應說明清楚，並提供集合地點照片，較易讓使用者找到集合地點。</p>
測試者 4	<p>導覽預約一列表：資訊層級需清楚明確，使用者閱讀時多為快速瀏覽，易錯過重要資訊或造成誤解。</p>	<p>月曆：今日、開放梯次表現形式應讓使用者更易理解。</p>
測試者 5	<ol style="list-style-type: none"> 活動資訊：資訊層級需清楚明確，使用者閱讀時多為快速瀏覽，易錯過重要資訊或造成誤解。 活動資訊：應對資訊進行過濾，對多數使用者較重要的資訊應置於較上方。 活動介紹：「地圖」解析度過低，且路線標示不明確，造成使用者使用意願降低。 	<ol style="list-style-type: none"> 月曆：應向使用者清楚說明每次開放多久之後的預約。 通知信：集合時間、應提前多久抵達應註明清楚。