



# 國泰優惠 - 使用性測試研究報告

---

2017/08/16

01 改版目的

02 研究目的 & 研究設計

03 使用者反饋

04 結論 & 改善建議

01 改版目的

02 研究目的 & 研究設計

03 使用者反饋

04 結論 & 改善建議

Previously on My Rewards...

讓我們先回顧一下這次改版想解決的挑戰、  
設計目標與價值主張...

# 無法滿足深度需求，會導致定位模糊且黏著度低

國泰優惠的現況與挑戰



不知道國泰  
優惠能幹嘛

只能拿來兌  
換點數

沒有非用不  
可的理由

拿完贈獎優  
惠就不用了

定位模糊

黏著度低

Persona

# 國泰優惠的主要目標族群

# 優惠的敏感度及反應度的高低，是影響使用動機與意願的關鍵

國泰優惠的主要目標族群

對優惠反應度高

Persona 1  
享樂達人

Persona 4  
里程隊長

Persona 2  
目標射手

Persona 3  
精算能手

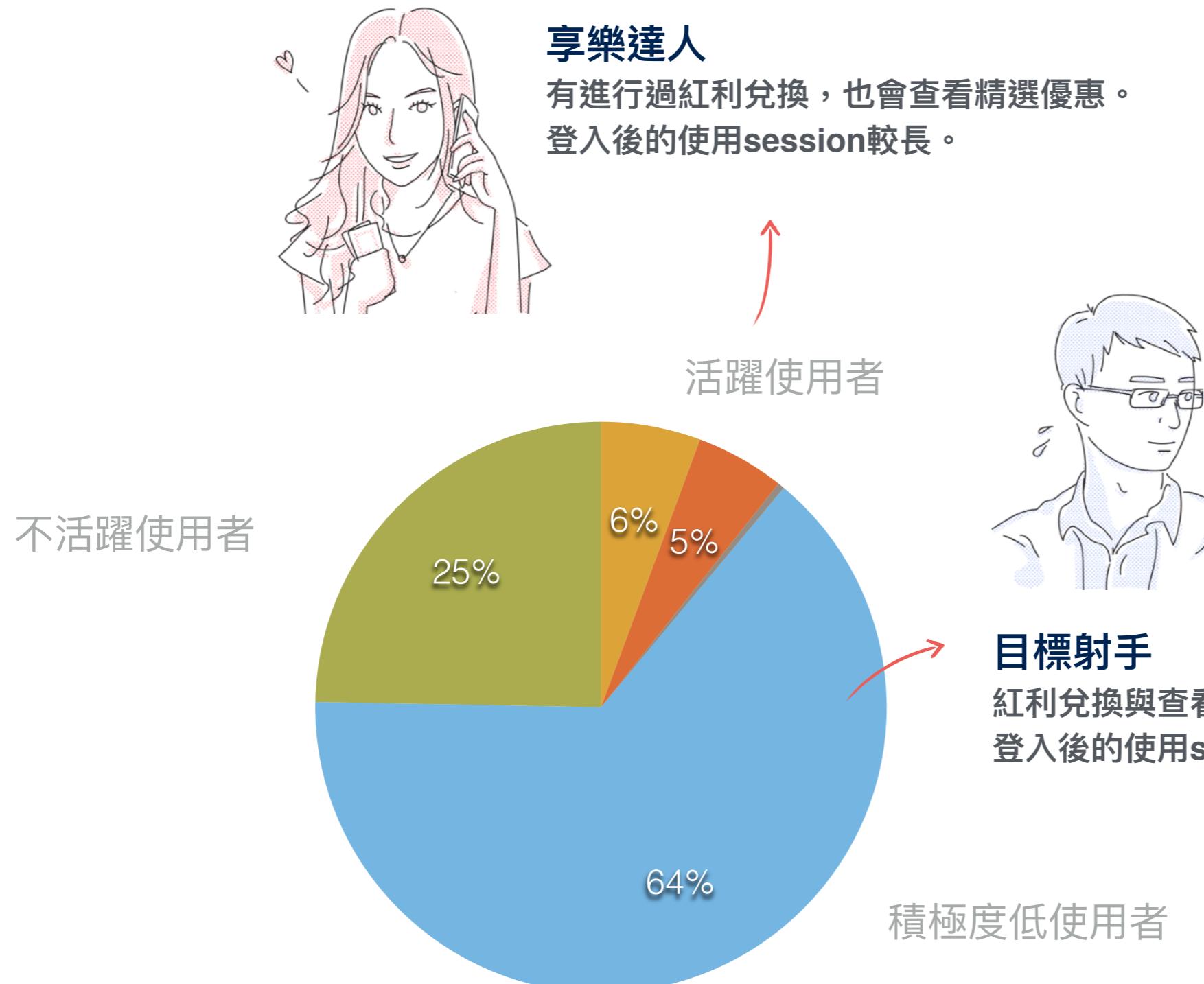
優惠敏感度高

對優惠反應度低

優惠敏感度低

# 結合量化分析國泰優惠現有的使用族群，進一步篩選出兩個主要Persona

國泰優惠的主要目標族群



## 改版目標

針對 **Active User 享樂達人**，如何提高滿意度與價值感受，並促進對其他功能的探索？

針對 **Casual User 目標射手**，如何提高使用活躍度，並強化價值感受？

# 以優惠為主軸 - 讓優惠被看到，更要讓優惠被用到

藉由呈現全面的資訊，適時、適地、適人的引導，以及自主的掌握管理，讓使用者享受到更多的優惠

全面資訊

適時引導

自主管理

---

讓你更清楚一點

為你多想一點

帶你走得更遠一點

---

01 改版目的

02 研究目的 & 研究設計

03 使用者反饋

04 結論 & 改善建議

# 測試目的：使用性檢視、驗證假設、優化策略方向

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

A woman with curly hair is shown from the chest up, wearing a dark long-sleeved shirt. She is looking down at a smartphone held in her hands. The background is blurred, suggesting an indoor setting.

除了檢視界面的使用性，  
透過觀察使用者的真實反饋與訪談，  
進一步探索使用者行為背後的**動機與期待**，  
藉此找到**提高使用頻次**，並且**促進刷卡消費**的關鍵點。

# 透過研究，我們想要驗證的設計假設與關鍵脈絡

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

- **(綜合期待)** 國泰優惠的既有用戶，他們對於現有的服務滿意嗎？有哪些具體滿足點，又有哪些想像跟期待？
- **(第一印象)** 用戶對於新版首頁的第一印象，哪些區塊比較吸睛？
- **(消費決策)** 用戶如何選擇好康店家，以及促進消費的關鍵因素？
- **(送禮優化)** 兌換送禮是否流暢易用？
- **(卡片權益)** 會員卡、聯名卡的權益與優惠是否足夠個人化？

深層用戶  
5位

淺層用戶  
6位

新會員 + 非會員  
3位

# 客群A：深層用戶/Active User

成為國泰優惠會員半年以上，使用頻率一週至少一次



**洪小姐 46歲**

使用頻率，一星期  
一到兩次。



**蔡小姐 N/A**

使用頻率，每天一  
次



**孫小姐 36歲**

使用頻率，每天一  
次



**吳小姐 30歲**

使用頻率，三天一  
次。



**陳小姐 34歲**

使用頻率，一星期  
一次，有使用推  
播。

# 客群B：淺層用戶/Casual User

近3-6個月開始使用，使用頻率一個月2-3次



**劉先生 30歲**

使用頻率，兩星期  
一次。



**陳小姐 38歲**

有段時間沒在用。



**陳小姐 30歲**

很少用，辦Costco  
卡時被推薦下載  
的。



**陳小姐 36歲**

使用頻率，一個月  
一兩次。



**何小姐 32歲**

使用頻率，一個月  
一到兩次。



**柯先生 26歲**

還沒兌換過商品，  
刷完卡後會看點  
數。

# 客群C：近1-2個月的新會員、非會員

近1-2個月開始使用，尚未養成使用習慣



鄭小姐 N/A

前幾天剛下載，用過一兩次。



謝小姐 36歲

剛下載。



林先生 N/A

老婆有在用，自己沒有在用。

# 研究測試方法

模擬真實情境的任務操作，探索是使用者的真實反饋

- **高擬真原型**：使用上線前的測試版本，真實模擬使用情境
- **放聲思考法**：請使用者在測試的同時，把當下的感覺說出來
- **觀察法**：觀察使用者表情以及操作行為
- **深度訪談**：開放性的問題，讓使用者回饋期待與感受
- **難易度、滿意度量表**：了解使用者的預期與操作後的感受差異
- **眼動儀**：追蹤使用者的眼動軌跡，強化對操作行為的全面理解

01 研究目的

02 研究設計

03 使用者反饋

04 結論 & 改善建議

## 測試任務

對應改版的重點與目標，我們設計了四個任務：  
找好康、送好禮、會員卡、聯名卡優惠

Task 01

找好康

# 當距離、優惠為主要考量時，使用者如何尋找好康店家？

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

## 任務 1.1：

受測者編號：

### 請找到想去的特約餐廳跟刷卡優惠：

朋友打電話來，說晚上想約你在這附近吃飯，想找一個刷國泰世華  
信用卡有多一點優惠的地方。請你用國泰優惠，幫忙尋找合適的餐  
廳吧！

您預期這個任務是？

非常簡單 ○○○○○○○○○○ 非常困難

1

10

您覺得這個任務在APP上使用起來是？

非常簡單 ○○○○○○○○○○ 非常困難

1

10

您覺得這個任務操作起來滿意度是？

可再進步 ○○○○○○○○○○ 非常滿意

1

10

## **Key finding 01**

### **優惠、特店百百種，需要更有鑑別度的資訊**

目前的「好康店家」資訊並未滿足用戶需求；好康排列的方式，以及缺乏價格、餐點等關鍵資訊，無法提供足夠的依據，協助用戶判斷是否適合前往消費、取得優惠

# 距離不是使用者唯一感興趣的排序方式

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



## 陳小姐

「我不曉得特店排列是依照什麼，距離遠近或是價格高低？覺得這邊的排序可以調整成最多人選的、以價格區分或是最近有點擊的特店可以往前移；因為就距離也沒辦法判斷我方不方便去！」



## 洪小姐

「這裡是照著距離排序，但是沒有標明，我是自己發現的。」



## 柯先生

「這邊沒有那個Bar, 沒有一個百分比，不知道下面還有多少間，不好選。」



# 優惠不是消費決策的唯一參考

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



## 謝小姐

「這裡沒有寫消費的range，不然如果像茹絲葵，一進去就快破產了！」



## 蔡小姐

「我想看產品介紹，介紹主廚餐點，希望有餐廳類型的分類，或是餐廳的連結網址。」



## 洪小姐

「我可能還會去股溝她網路上的評價如何，或是一些網友寫的，如果方便的點連結出去的話，或直接Google。」



## 鄭小姐

「餐廳的網頁連結，如果沒有網頁，比較沒辦法瞭解他大概的內容，想要確認他有沒有線上預約的功能，可能有時候上班的時候不適合打電話！」



## 使用者期待...

更有彈性的排  
序方式

更多維度的排列方式，  
能幫助用戶因應不同的  
查找需求

更明確的瀏覽  
提示

能夠清楚告訴使用  
者，有多少數量的店  
家可以瀏覽跟比較

更關鍵的參考  
資訊

更多特店資訊，幫助使  
用者比較，並判斷是否  
前往消費

## **Key finding 02**

**距離只是一種參考，使用優惠還有很多眉角**

附近這個概念很好，但店家數量不能太少；附近的範圍可大可小，重點是如何對應不同的喜好，讓距離跟選擇的數量剛剛好

# 考量距離用地圖更好，但是入口找不到

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



## 林先生



「我一開始找不到地圖，要到好康店家的列表才找到，附近店家的區塊那邊沒有地圖！」

## 陳小姐



「如果一直找不到地圖，就跳回網頁那邊看，就直接開一個網頁找！」

## 柯先生



「我剛剛才發現這邊有地圖。看到地圖的話，我會先點地圖進來看，因為這樣比較好辨識距離。」

## 蔡小姐



「發現地圖，現在才發現，因為我想說還有哪裡可以點，才發現右上。」

# 附近雖然重要，選擇的數量更重要

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



劉先生

「我找到附近店家，會想點他看能不能展開有更多的選項。」



何小姐

「『附近店家』感覺設定是一公里裡面，希望可以看更多店家；可增加距離有更多選擇。」



蔡小姐

「附近嗎？硬選嗎？優惠大同小異，即使優惠差一點沒關係，無所謂，但是配合店家要多一點，比較有意思。」



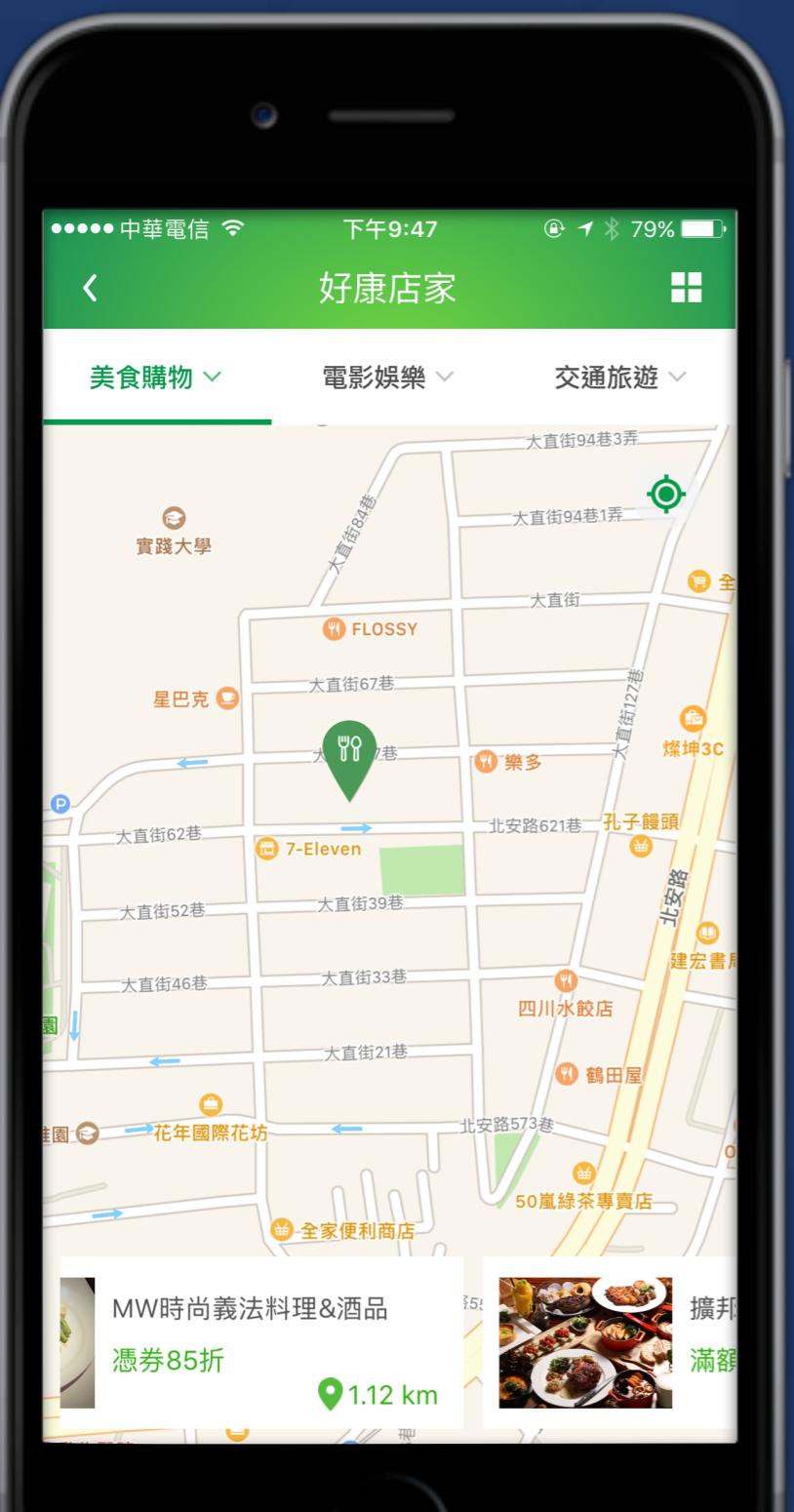
陳小姐

「我想說點附近店家會擴大 結果不能點。因為只有地點，也沒辦法判斷我去方不方便，只能一個一個看，我每一個都要點進去！」



# 附近雖然重要，選擇的數量更重要

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



何小姐

「附近店家只有這幾家？優惠只有杏鮑菇有點少！」



陳小姐

「點進來地圖沒有秀出全部，應該正常點進來就會秀出全部的地標！希望地圖可以立即的選擇區域，那樣會更快。」



陳小姐

「感覺店家比較少一點，附近店家應該不只裡面的部分，他這邊應該是比較少。」

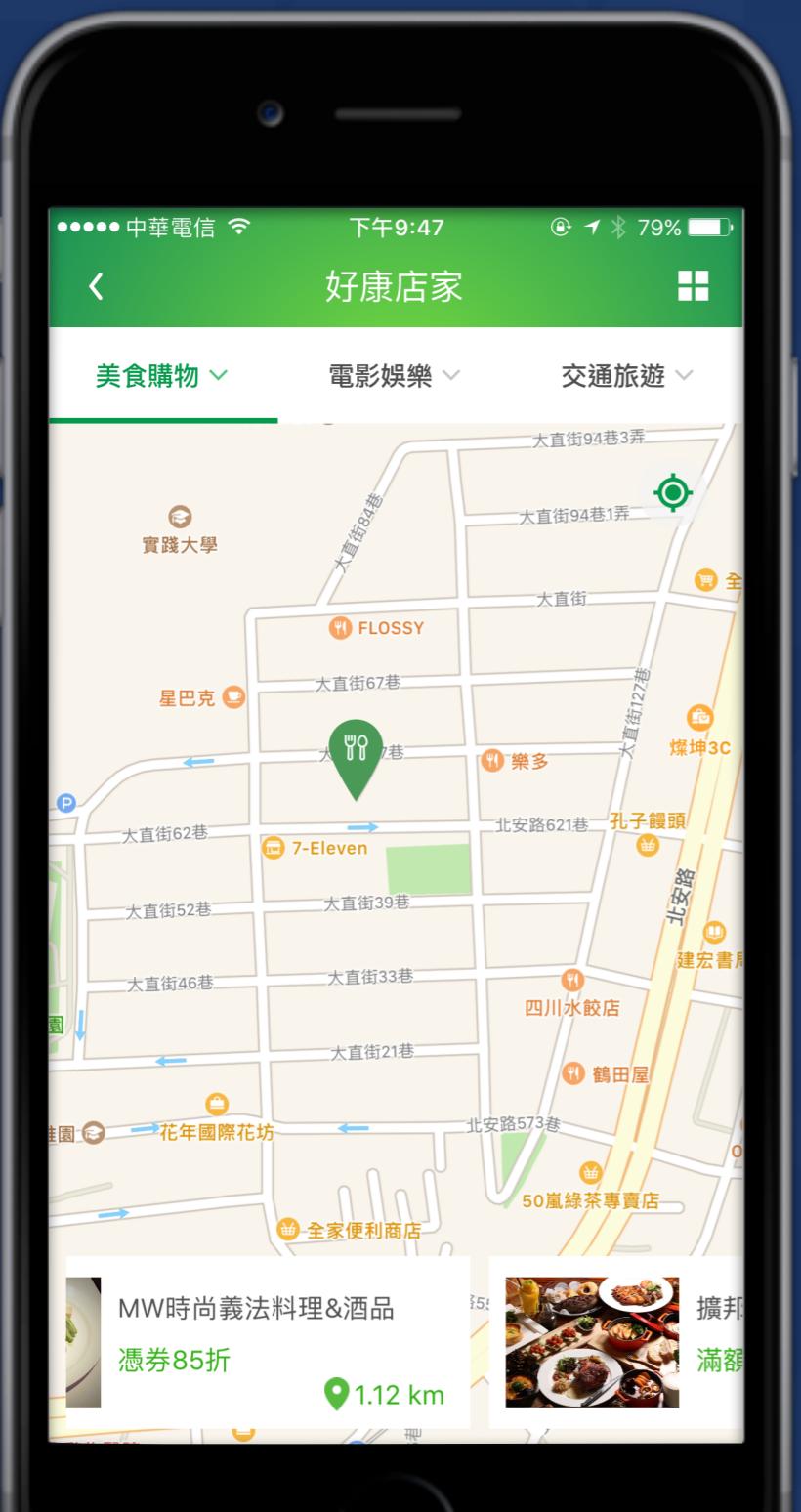


謝小姐

「因為這只有五家店，這個優惠沒有很好，哈哈哈哈，我會區搜尋評價看花費，再看食記。」

# 除了查找，使用者還想知道店家怎麼到

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



## 謝小姐

「因為會跟朋友吃飯，如果依我習慣會找捷運站比較近的，但是這裡的Map是沒有捷運站的！」



## 柯先生

「希望有捷運路線，我會想要看捷運路線。預約餐廳後，會想看地圖，看怎麼到那邊。」



## 陳小姐

「第一個會挑交通方便，好停車或好到達，因為有些朋友坐捷運；有時候會用google去找，就以地圖上去看，我們要的地點在哪裡。」



## 何小姐

「我通常決定要這間的話，就會去找導航。」

## 使用者期待...

更清楚的地圖  
入口

當想看店家距離時，有清楚的入口方便能方便進入地圖

更多元的距離  
設定

距離只是其中一種參考，應該具備更多元的選擇模式，幫助使用者找到目標

更方便的交通  
資訊

充分的交通資訊，能幫助使用者理解如何前往店家，並決定是否前往消費

# 當有特定目標時，使用者如何尋找好康店家？

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

任務 1.2：

受測者編號：

請找到想去的特約餐廳跟刷卡優惠：

爸爸父親節想吃燒肉，請你用國泰優惠找出適合的燒肉店家，並且完成預約。

您預期這個任務是？

非常簡單 ○○○○○○○○○○ 非常困難

1

10

您覺得這個任務在APP上使用起來是？

非常簡單 ○○○○○○○○○○ 非常困難

1

10

您覺得這個任務操作起來滿意度是？

可再進步 ○○○○○○○○○○ 非常滿意

1

10

### **Key finding 03**

## **有目標 vs. 沒目標，會想用不同的方式查找**

有目標的時候，會想要快速有效率的查找方式，比方說：關鍵字搜尋。沒有目標的時候，會想要更清楚分類，但有彈性的查找方式，比方說：交集和聯集並存的filter

# 有明確的目標，會想要輕鬆有效的查找

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



蔡小姐

「欸！她還可以搜尋嗎？比如說搜尋店家嗎 如果說他可以搜尋店家！」



謝小姐

「應該要跟『食在方便』這款APP一樣，它也是可以搜尋附近美食，點公里數，距離多遠都可以篩選！」



柯先生

「希望有放大鏡，用搜尋的，例如打一個「義」字，就去搜尋。」



# 內容多，filter就很重要，但是入口不好找

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



陳小姐

「喔？他這邊有分類！這樣怎麼會知道？剛不小心按到的。」



劉先生

「哦～沒想到他可以展開來，可是他如果感覺都沒選就是都沒有！」



柯先生

「唉呦！（被突然跳出來的Filter嚇到）這個分類用習慣可能OK，但是跟前面的分類已經有重複。」



陳小姐

「哦～這邊有新的，另外的分類的區域。因為點電影、交通都沒有往下滑，所以美食購物應該也沒有。」



# 除了入口要好找，filter的邏輯的清晰度跟彈性更重要

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



## 蔡小姐



「這個頁面有點搞不清楚在幹嘛？我以為他還會再幫我分，像大口吃肉，我就可以在看他日韓口味是什麼，原本是大口吃肉，但我可能想吃日式什麼的，可是我到那個頁面又改了，那是是不是可以選一下！」

## 劉先生



「哦～這邊的呈現是可以複選的是不是，可是他如果感覺都沒選就是都沒有，這是交集嗎？因為感覺點八五折是要呈現跟八五折有關的！」

## 洪小姐



「它的條件是85折起或大口吃肉，如果說大口吃肉應該會比較多燒肉出現，但這邊是或，應該是且呀！看起來選的都是或，就是他是聯集的不是交集，我是可以理解，但有些人應該會不能理解」

# 使用者期待...

更彈性、易懂  
的篩選方式

因應使用者不同的需求和偏好，有更易懂的分類方式，  
和更有彈性的篩選邏輯

更快速、有效  
的搜尋服務

當有一定目標時，需要更精準的方式，幫助使用者透過關鍵字有效的搜尋

Task 02

# 送好禮

# 觀察使用者如何操作兌換，以及送好禮

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

任務 2：

受測者編號：

請你用國泰優惠，送禮給好友：

住在台中的表哥明天生日，為了表達你的祝福，請你用國泰優惠送表哥一張咖啡兌換券吧！

您預期這個任務是？

非常簡單 ○○○○○○○○○○ 非常困難

1

10

您覺得這個任務在APP上使用起來是？

非常簡單 ○○○○○○○○○○ 非常困難

1

10

您覺得這個任務操作起來滿意度是？

可再進步 ○○○○○○○○○○ 非常滿意

1

10

### **Key finding 04**

## **送禮是一種互動，送禮很容易，收禮也要很容易**

當使用者送禮給對方後，會想確認對方是否確實收到，並希望對方簡單領取、輕鬆兌換；但目前在送禮後，卻沒有明確的反饋訊息給使用者，也沒有讓收到禮物的那方擁有良好的兌換體驗

# 送禮出去以後的反饋，跟送禮的操作難易同等重要

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



謝小姐

「如果我今天送給表哥，又不小心送給別的親戚，那一定會有一個人不能用啊，假設表哥今天收到，結果發現這張券無法使用，會直接翻臉啊，直接揍人！」



陳小姐

「如果可以知道送給誰，這樣我會比較了解他有沒有收到。」



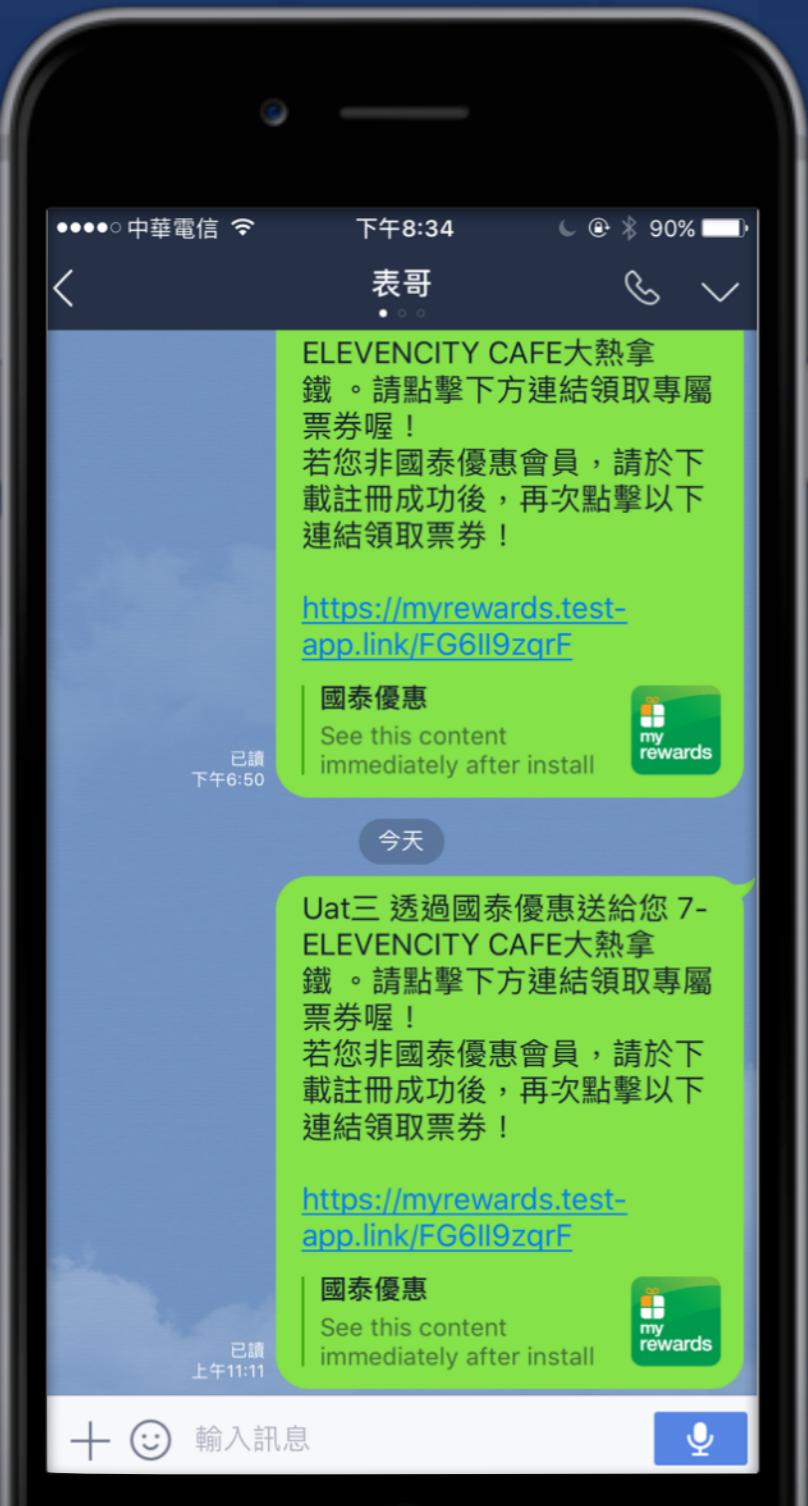
柯先生

「有一點不太確定，表哥是否有收到...」



# 送完禮，會想確認收到禮物的人是否能真的使用

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



洪小姐

「真麻煩！那應該有兩種方法可以送人，另一種直接截圖條碼就好，因為如果朋友沒有國泰信用卡或不是保戶，他也不能去下載！」



吳小姐

「送完它應該會出現一個條碼，咦...？！」



柯先生

「我會點看看送出的連結，看看表哥會收到什麼，喔喔喔，我預期要跑條碼出來。我剛剛看到Apple Store畫面，就會想說我送你了喔，你自己想辦法。」



# 使用者期待...

更明確的反饋，確  
認禮物有被收到

送完禮後，能有明確的反饋說  
送禮成功，並確認對方有收到

更輕鬆的領取，確  
認禮物有被使用

使用者會希望對方在收到禮物  
後，能夠有效運用、輕鬆領取  
兌換

Task 03

# 找會員卡

# 觀察使用者如何理解會員卡，以及牌卡的操作

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

## 任務 3：

受測者編號：

### 請找到你的國泰優惠會員卡：

下個月要去日本玩，聽說國泰優惠會員只要到國泰世華分行，出示會員卡，就能享有獨家換匯優惠！請你在國泰優惠APP裡，找到你的會員卡。

您預期這個任務是？

非常簡單 ○○○○○○○○○○ 非常困難

1

10

您覺得這個任務在APP上使用起來是？

非常簡單 ○○○○○○○○○○ 非常困難

1

10

您覺得這個任務操作起來滿意度是？

可再進步 ○○○○○○○○○○ 非常滿意

1

10

## **Key finding 06**

**擁有專屬尊榮，享受更多優惠**

使用者期待會員卡內容能有更多的優惠資訊，更仔細的換匯內容，更具識別度的個人資訊

# 會員卡的入口不如預期，卡面的專屬感不足

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



陳小姐



「點進去有很多很多會比較正常，因為他叫國泰優惠，只有寫換匯好像有點少！」

陳小姐



「是我還是會想試試看能不能點進去會員卡，想看當期匯率跟換匯價差，如果只差一點點我幹嘛用，設計的很隨便！」

謝小姐



「點卡片發現不能點，我以為他會有條碼或優惠序號 應該每個人都會有專屬 ID 吧！」

鄭小姐



「這個頁面就不會覺得他是會員卡的頁面，不明顯，沒有實體卡 也沒有說保障 好像會有點空虛這樣。」

### **Key finding 07**

## **是個人專屬還是廣告？我可以用嗎？**

點數牌卡的設計、排序、以及跟banner之間的連動，都跟營造成個人化的專屬感受有關，但使用者最在乎的是能不能用

# 使用者擁有的、可以用的，在排序上應該更靠前

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



## 吳小姐



「有點小驚訝，莫名點到它。感覺它就在眼前，但是又找不到。說明講清楚，不然會不知道是在做什麼。它就在第一頁，只是你不知道它在那。」

## 孫小姐



「前面兩張卡像是廣告，問我要不要辦卡，就不會想要往後滑。」

## 柯先生



「會員卡跟我比較有關，希望把其他跟我沒關的卡片放到後面去。不然我要滑很久，才能找到我的會員卡，首頁就是要簡單就好。」

# 點數牌卡與Banner之間的運動過於隱晦

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



## 何小姐

「剛剛沒看到這個區塊，因為剛剛搜尋有點困難 就來看廣告，本來停留在頁面上就會自動變換，就不會注意到他是搭配的！」



## 劉先生

「我的預期是，這個banner是可以動的，就像網頁應該是可以切換的，結果我可以左右滑的只有上面，我以為是能直接跳動廣告，跟上面沒有關係。」



## 林先生

「但這邊不能滑，因為大部分首頁的大banner下面會有很多點可以滑，就是有點不直接，應該是滑大塊不是滑小塊的，還有這邊不能滑，是蠻惱怒的！」



## 陳小姐

「哦？你說了我才發現上面牌卡跟下面BN有連結，哦！我剛剛就漏掉了，哦！他會動 COSTCO 跟下面優惠！」



## 使用者期待...

更相關實用的  
排序方式

希望自己比較不會常  
看、常用的資訊擺在其他  
地方，首頁應該呈現自己  
常用、常看的資訊及牌卡

更直覺的點數牌卡  
與banner操作

在點數牌卡與banner的  
關聯上，更直覺的理解和  
操作，才能有效引導點擊

更有專屬感、優  
惠感的會員卡

希望能有更具識別度的資  
訊及介面，感受會員專屬  
的尊榮感

Task 04

# 找聯名卡 優惠

# 觀察使用者如何查找、理解聯名卡優惠

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

任務 4：

受測者編號：

請查詢你的Costco多利金，以及最新的Costco商品優惠：

又到了要去Costco幫家裡補貨的時間了，請你用國泰優惠查詢即時的多利金點數，順便看看最新的商品優惠。

您預期這個任務是？

非常簡單 ○○○○○○○○○○ 非常困難

1

10

您覺得這個任務在APP上使用起來是？

非常簡單 ○○○○○○○○○○ 非常困難

1

10

您覺得這個任務操作起來滿意度是？

可再進步 ○○○○○○○○○○ 非常滿意

1

10

### **Key finding 08**

**有聯名卡優惠很好，但在使用性上還可以更好**

卡友對於擁有Costco優惠商品區域感到滿意，但目前需增加商品的數量與資訊，並優化操作介面，才能有完善的體驗

# 對於聯名卡優惠的好感度，在操作之後大打折扣

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



鄭小姐



「如果已經確定我有的話，就不要再叫我辦卡，不然我會覺得很煩，按back鍵又要再重來一次，很麻煩！」

陳小姐



「我已經有卡 還要我去辦卡？這邊就可以直接買囉？加入購物車，可以直接購物還不錯！往上一層，為什麼不能到上一頁？我想回去看優惠，又要再到更上一層，這樣我又重來點！那剛剛購物車裡的東西還在嗎？」

# 對於聯名卡優惠的豐富度與完整度，有更多的期待

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



陳小姐



「『網路優惠』的商品可以再更多一點，如果線上購物，我要買，要怎麼買？我也會看有沒有運費，如果我去實體店購買，會不會比較划算？」

蔡小姐



「還蠻清楚的，像是我這禮拜去買，就會先看好這週能買什麼；如果這週沒有空去買，就會先看下下週的。」

謝小姐



「希望能夠看到更多期的商品，不要只有當期的！」

# 使用者期待...

更多商品數量

除了當期優惠商品，也可以呈現後幾期的，讓使用者預先了解，什麼時後有自己中意的優惠，並前往消費

更優化的介面層級與操作

希望返回鍵能如預期返回上一頁，而不是跳出優惠訊息

減少不相干的資訊

如果辦了Costco卡就不要顯示「立即辦卡」的按鈕

01 研究目的

02 研究設計

03 使用者反饋

04 結論 & 改善建議

Critical Issue 01

# 對易用性和滿意度的綜合反饋

## 設計目標

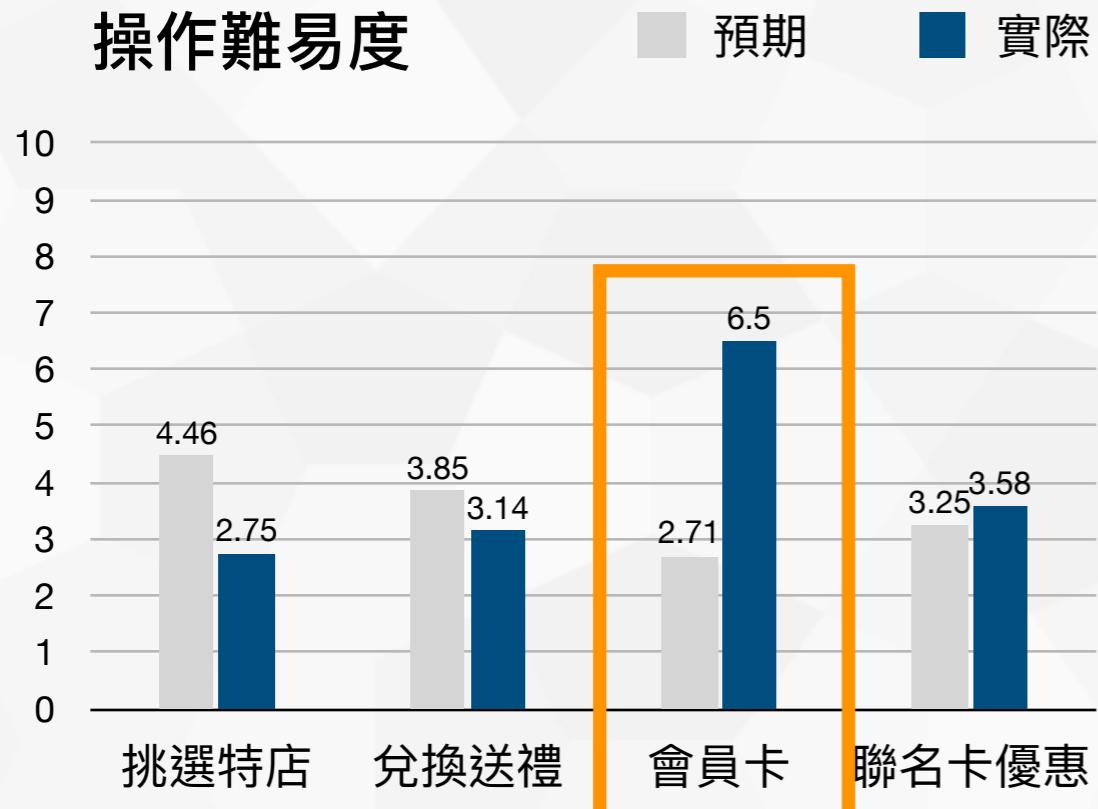
針對 **Active User 享樂達人**，如何提高滿意度與價值感受，並促進對其他功能的探索？

針對 **Casual User 目標射手**，如何提高使用活躍度，並強化價值感受？

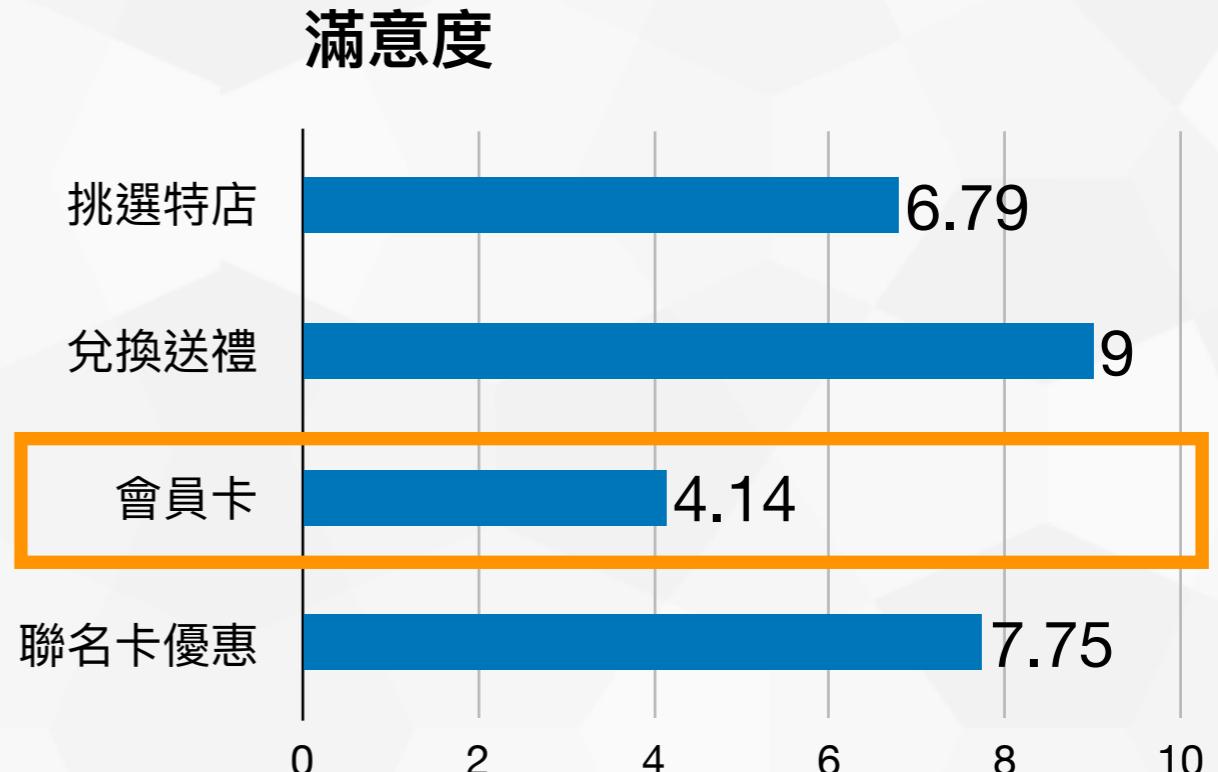
# 深層用戶/Active User的綜合反饋

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

## 操作難易度



## 滿意度

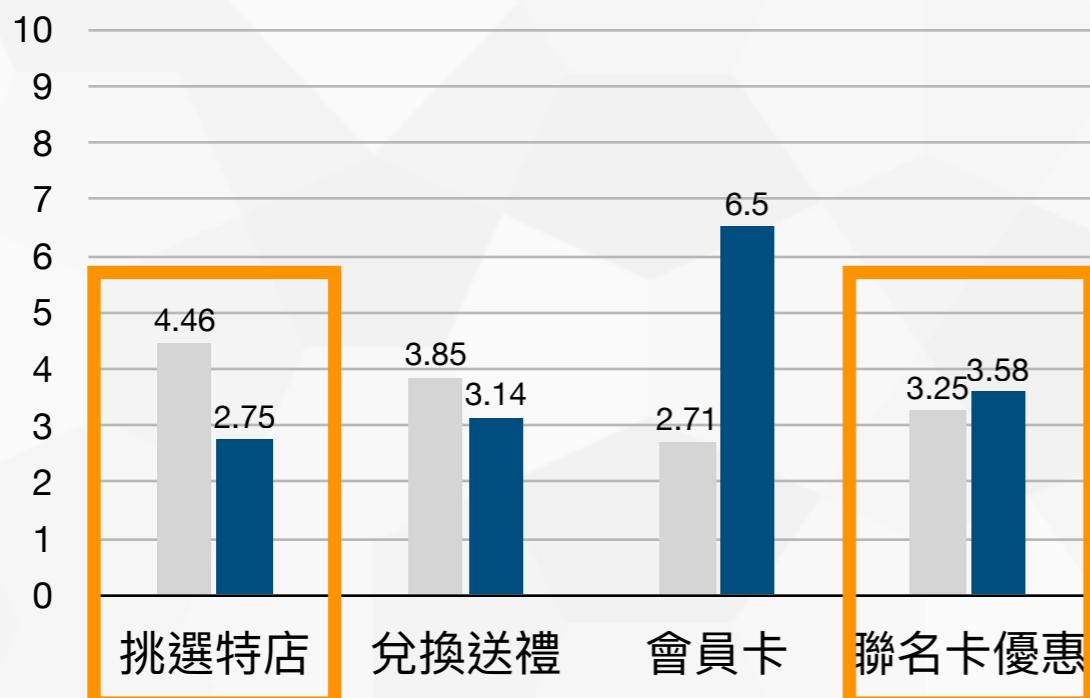


# 深層用戶/Active User的綜合反饋

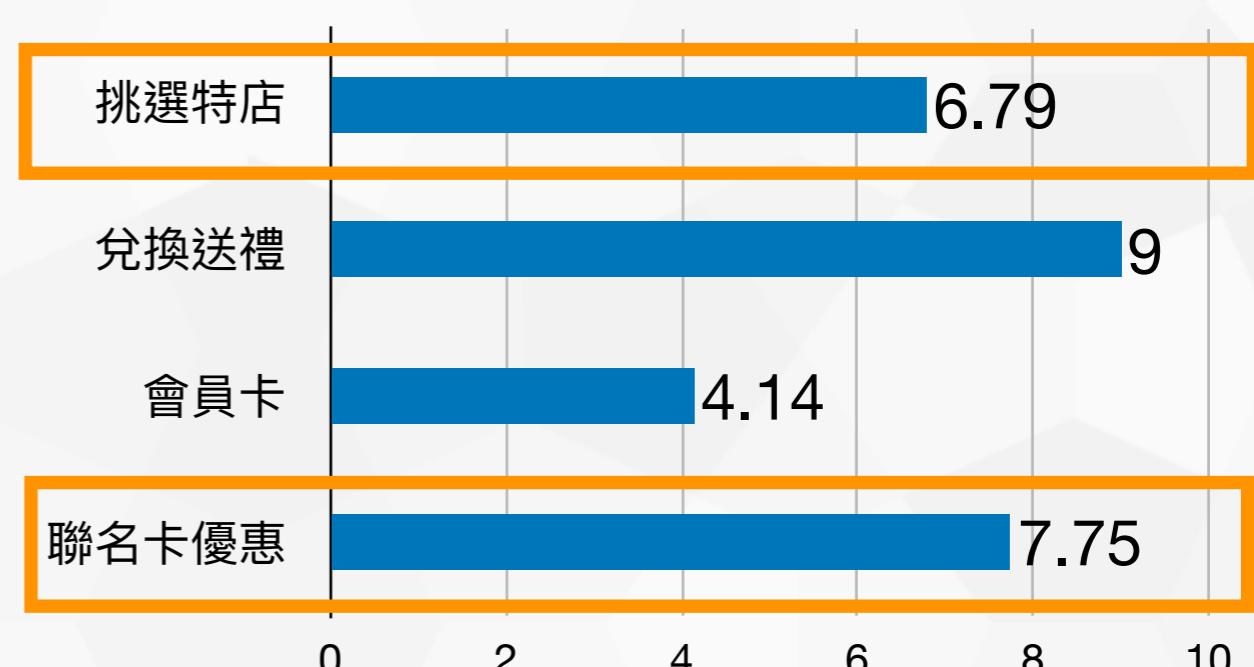
國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

## 操作難易度

■ 預期 ■ 實際



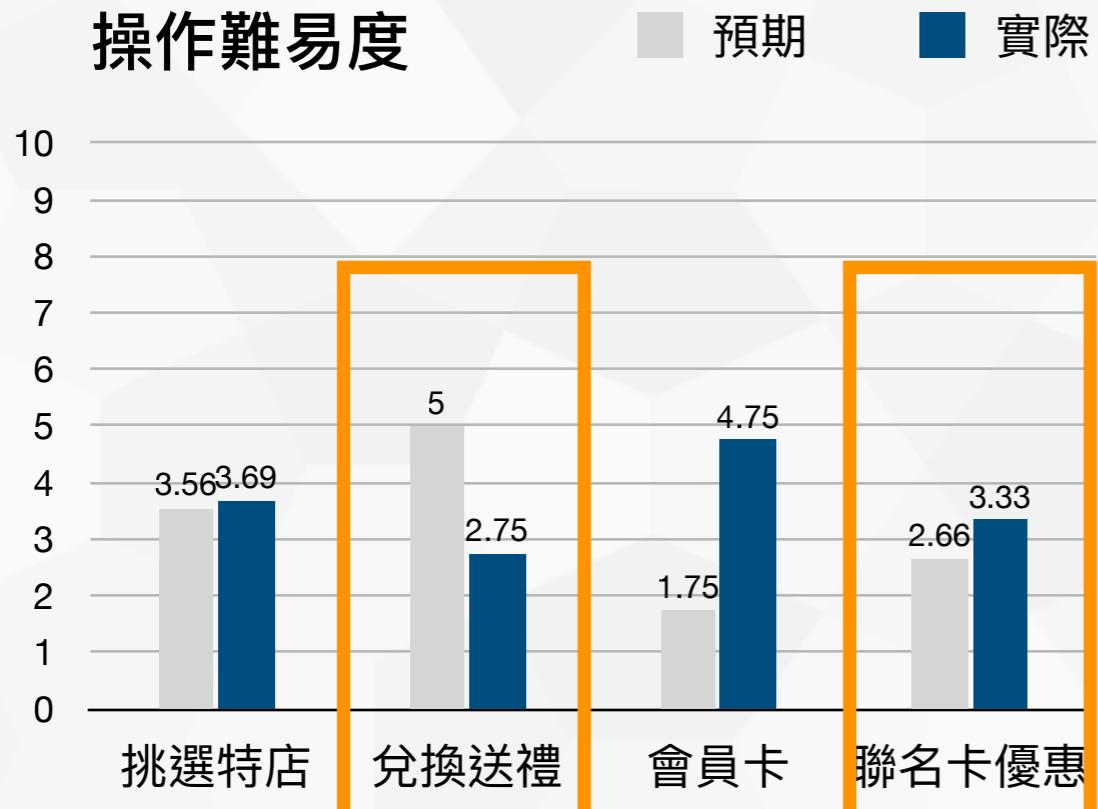
## 滿意度



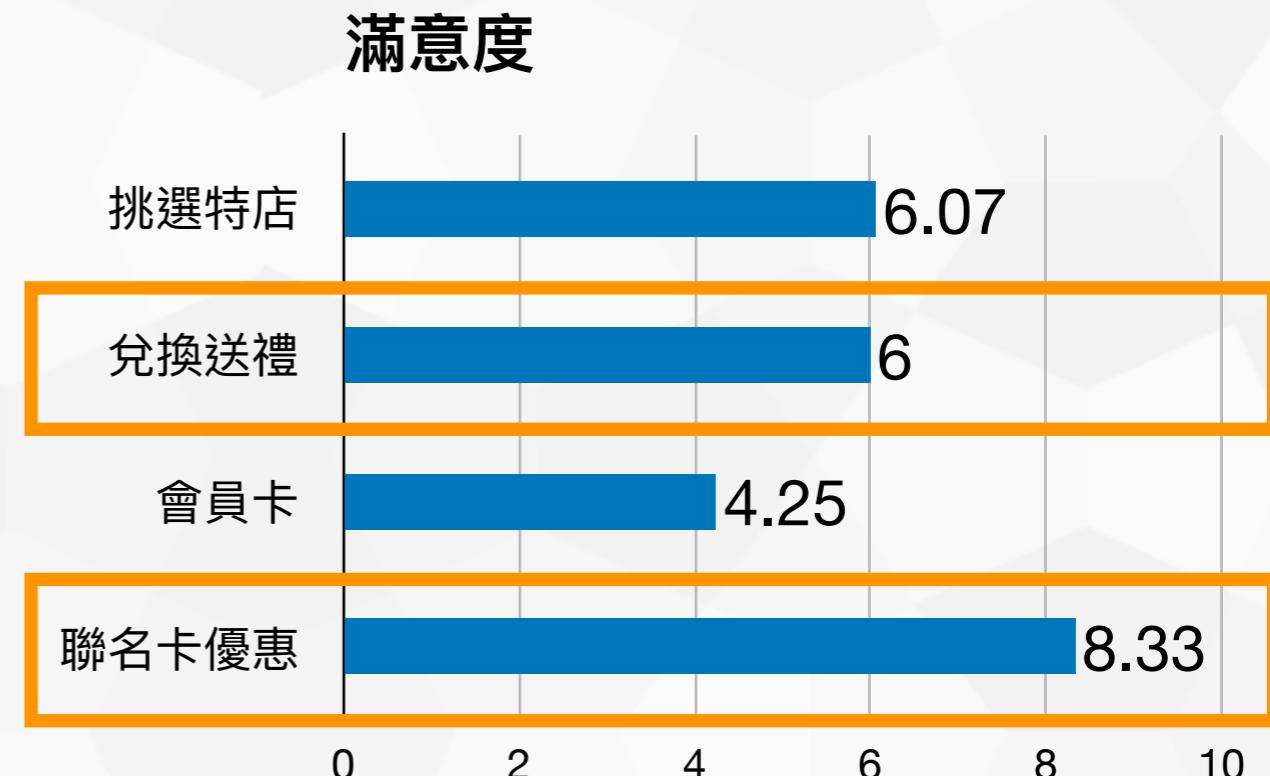
# 淺層用戶/Casual User的綜合反饋

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

## 操作難易度



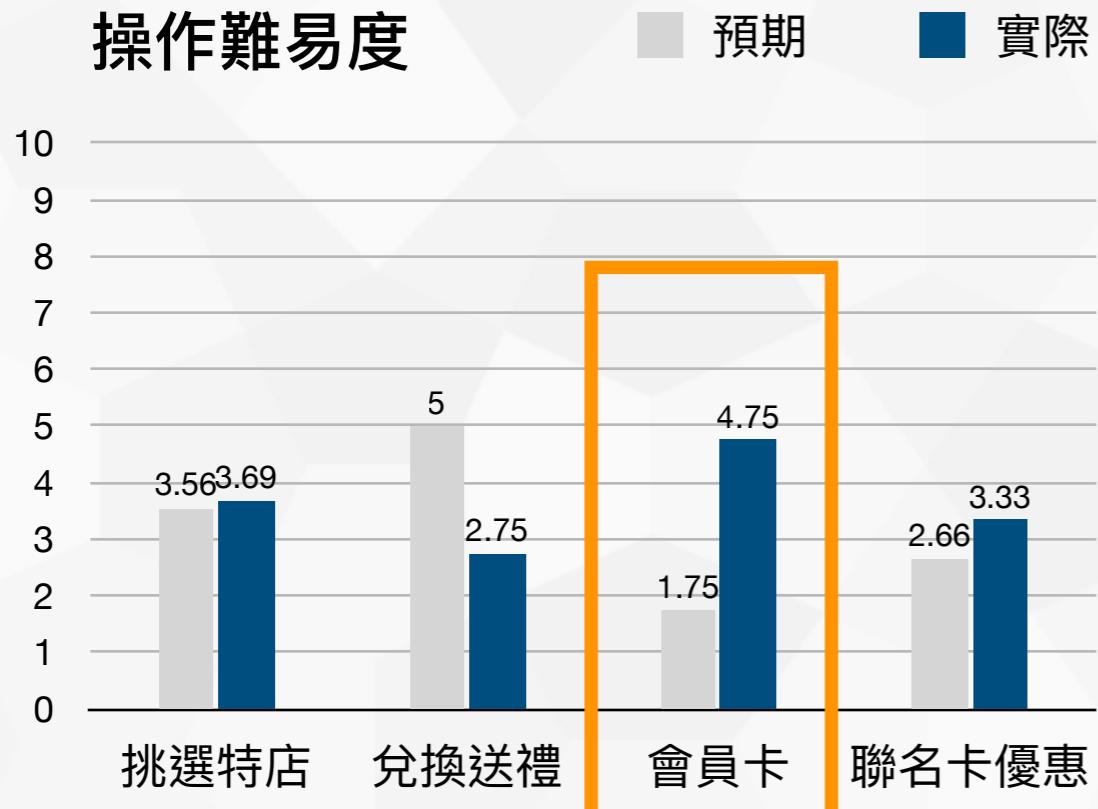
## 滿意度



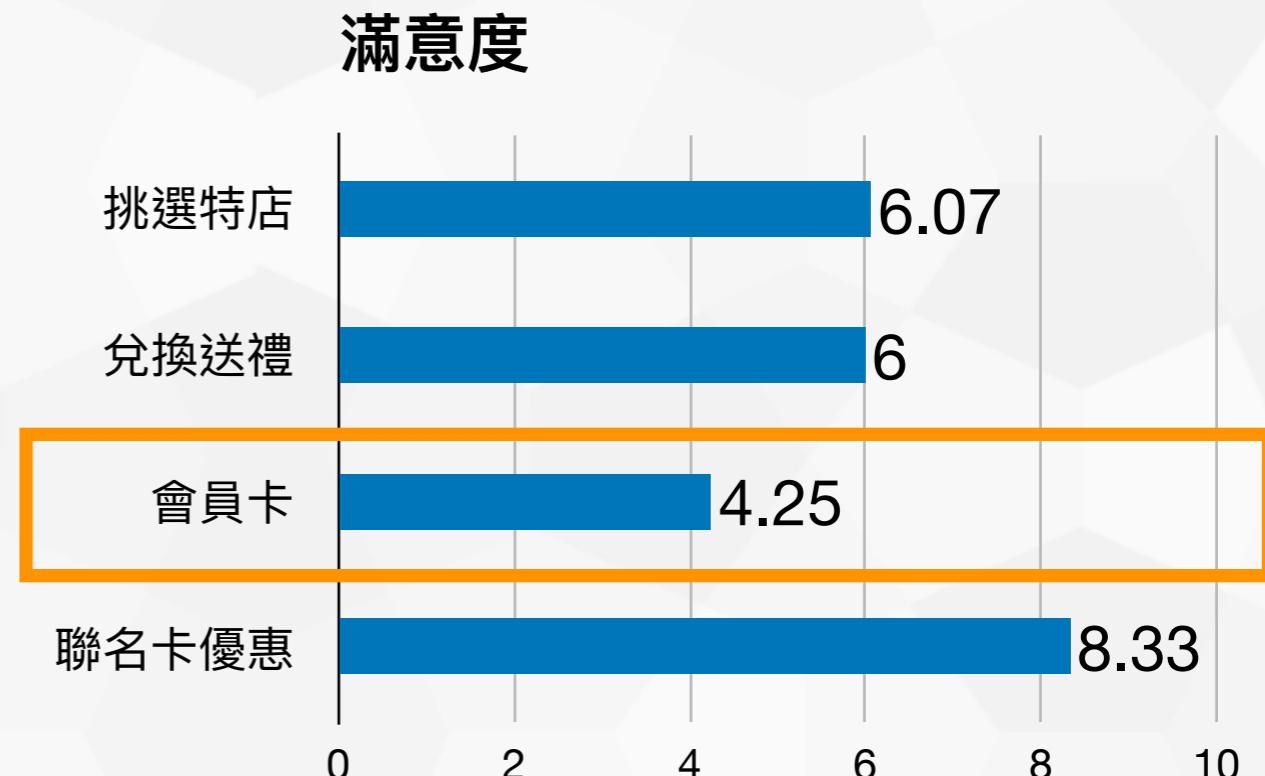
# 淺層用戶/Casual User的綜合反饋

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

## 操作難易度



## 滿意度



Critical Issue 02

# 對改版後首頁的第一印象？

# 點數牌卡以及Banner的區塊佔比雖大，卻沒有讓使用者聚焦

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results



由眼動儀結果顯示使用者注意力大部分的時間  
停留於精選優惠的區塊，較少時間停留在上方  
牌卡與Banner上。

Critical Issue 03

什麼樣的優惠資訊才能影響消費決策？

# 資訊不是越多越好，有鑑別度關鍵資訊才能幫助使用者使用優惠

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

- 好康店家列表
- 好康店家內頁



# 資訊不是越多越好，有鑑別度關鍵資訊才能幫助使用者使用優惠

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

## 短期建議

每個好康店家牌卡上，有價錢的資訊，並在好康店家內頁附上相關參考連結

## 中期建議

擁有完整的好康店家相關資訊，能讓使用者更全面性的評斷每間店家對於自己的產品價值

## 長期建議

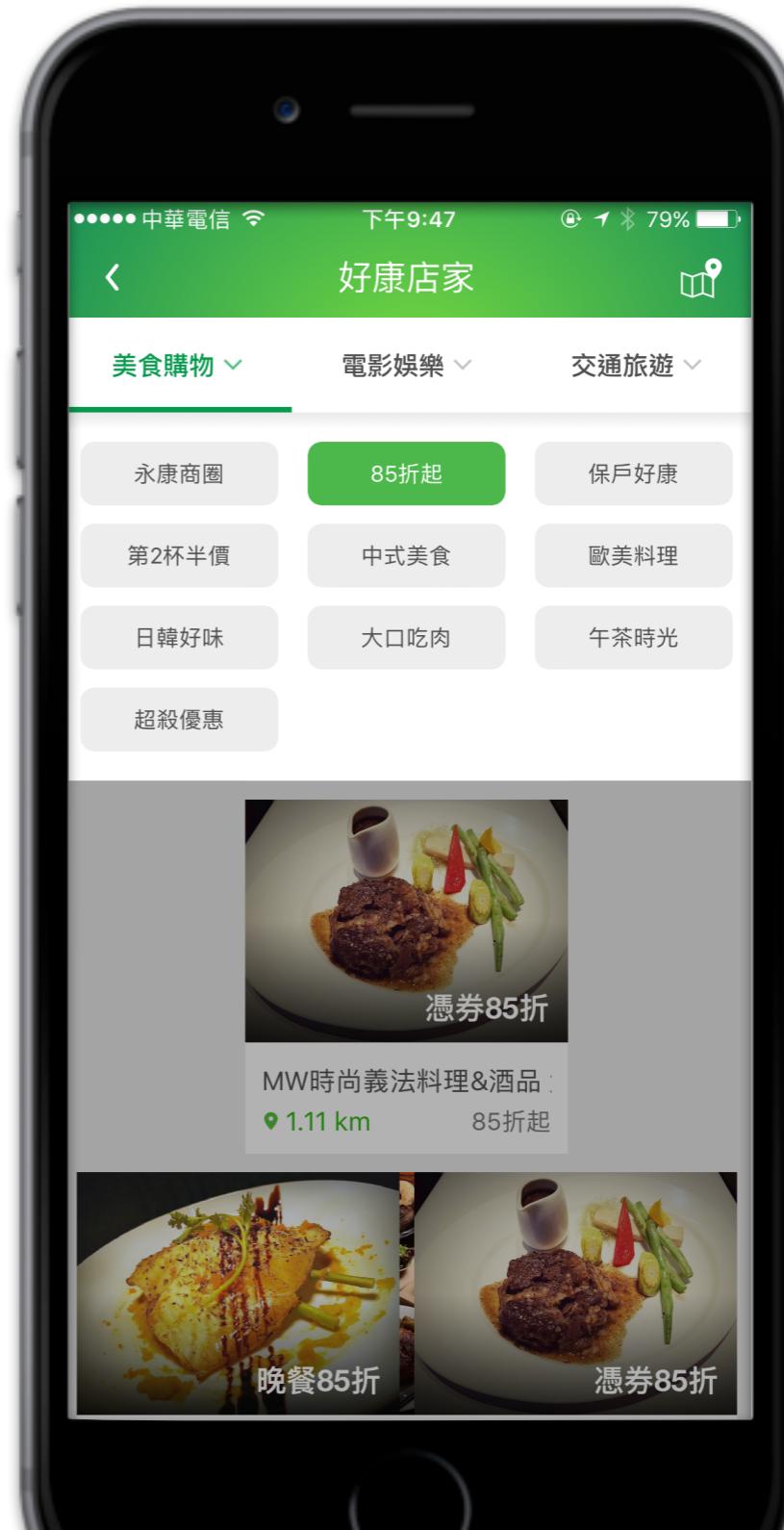
完整的線上訂位服務、評價系統，不只能看到特店的整體資訊，讓使用者有效判斷產品價值



# Filter的分類跟排序的邏輯，除了清晰，還必須更有彈性

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

- 好康店家分類
- 好康店家排序



# Filter的分類跟排序的邏輯，除了清晰，還必須更有彈性

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

## 短期建議

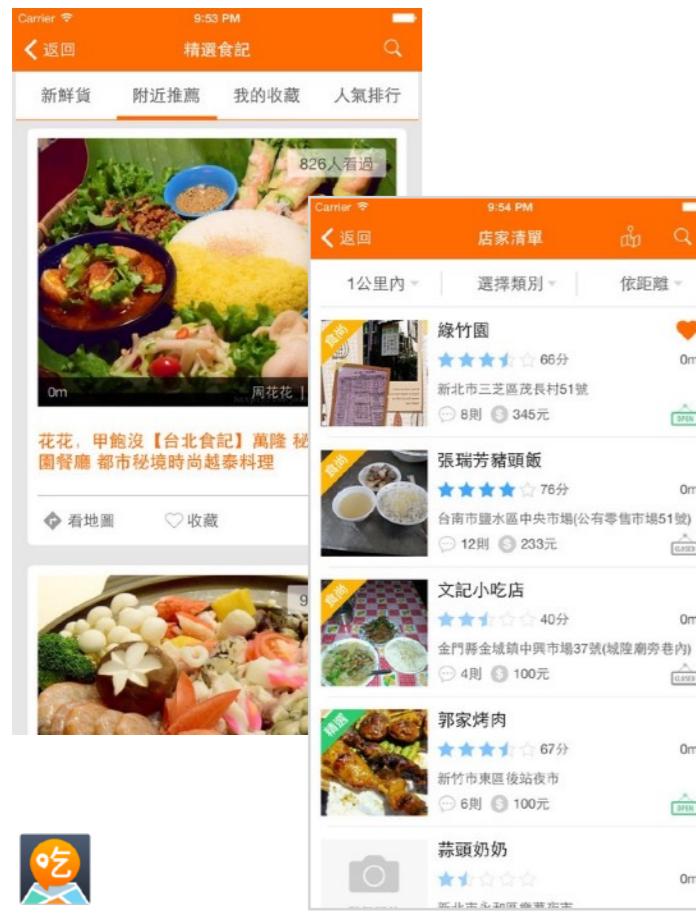
調整「好康店家」內頁filter  
篩選的維度，讓使用者能更  
清楚規範目標群

## 中期建議

因應個別需求，增加不同型  
態的篩選方式，讓使用者能  
更精準的規範查找目標群

## 長期建議

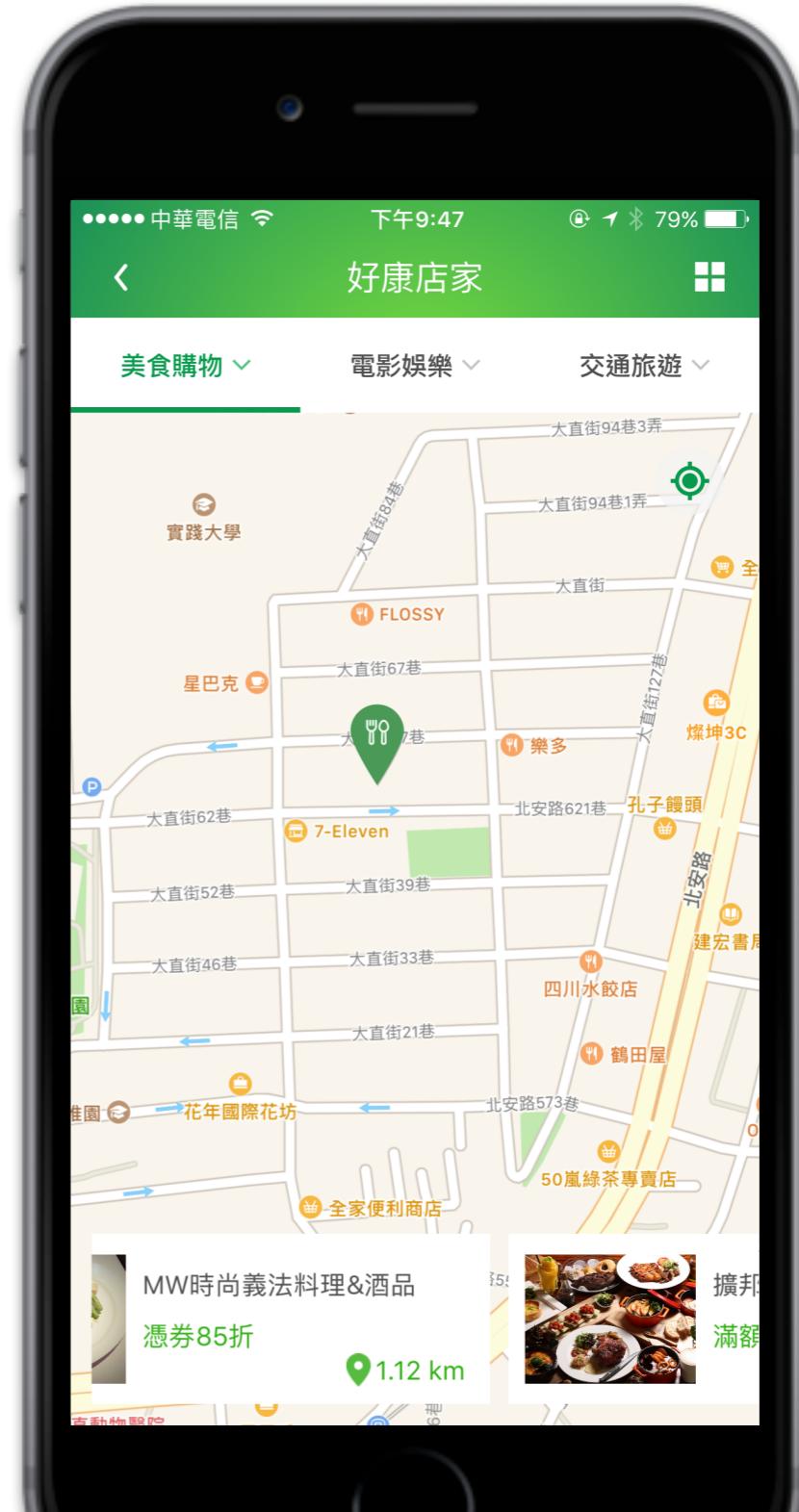
建構完整的關鍵字搜尋系  
統，幫助使用者更精準、迅  
速的找到目標群



# 附近只是一種參考，距離跟可選擇的店家數量一樣重要

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

- 附近店家
- 地圖檢視



# 附近只是一種參考，距離跟可選擇的店家數量一樣重要

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

## 短期建議

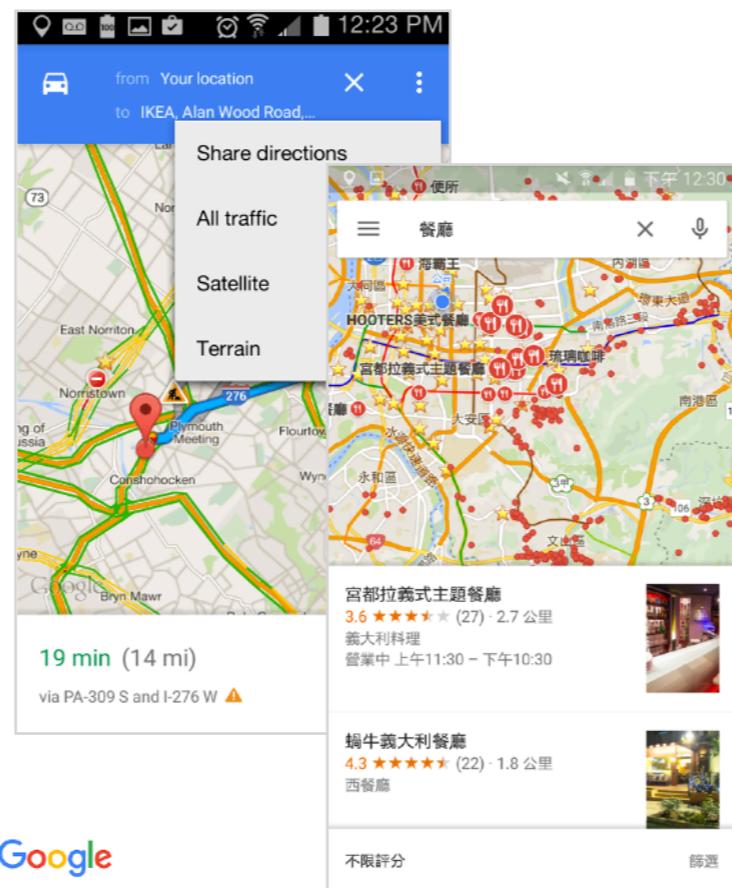
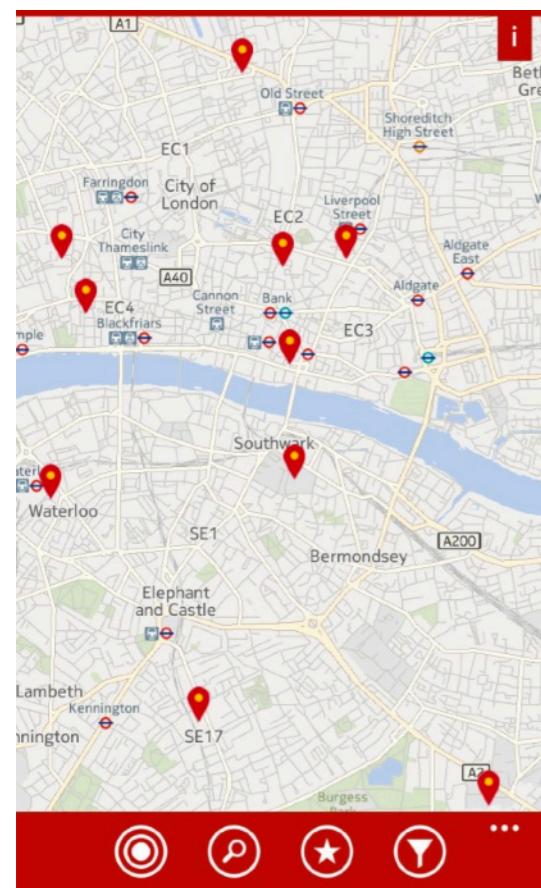
進入地圖頁面一開始，先在適當的距離內，呈現所有的特惠店家，再讓使用者慢慢篩選自己想要的

## 中期建議

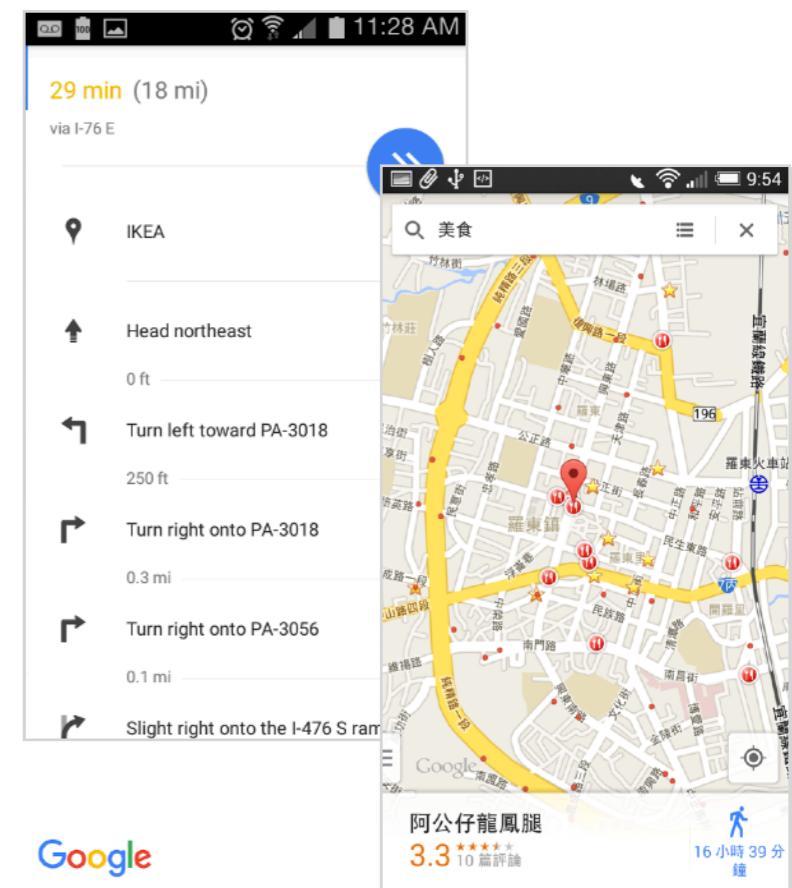
使用者能依自己喜好、習慣勾選出目標群，讓使用者有更大的彈性去挑選特店

## 長期建議

除了依自己的喜好篩選外，有完整的交通資訊以及引導，讓使用者能更便利地前往消費



Google



Google

Critical Issue 04

# 送好禮功能真正的滿足點？

# 送禮是一種互動，送禮後的反饋、收禮方的體驗也很重要

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

- 我的票券
- 送禮機制

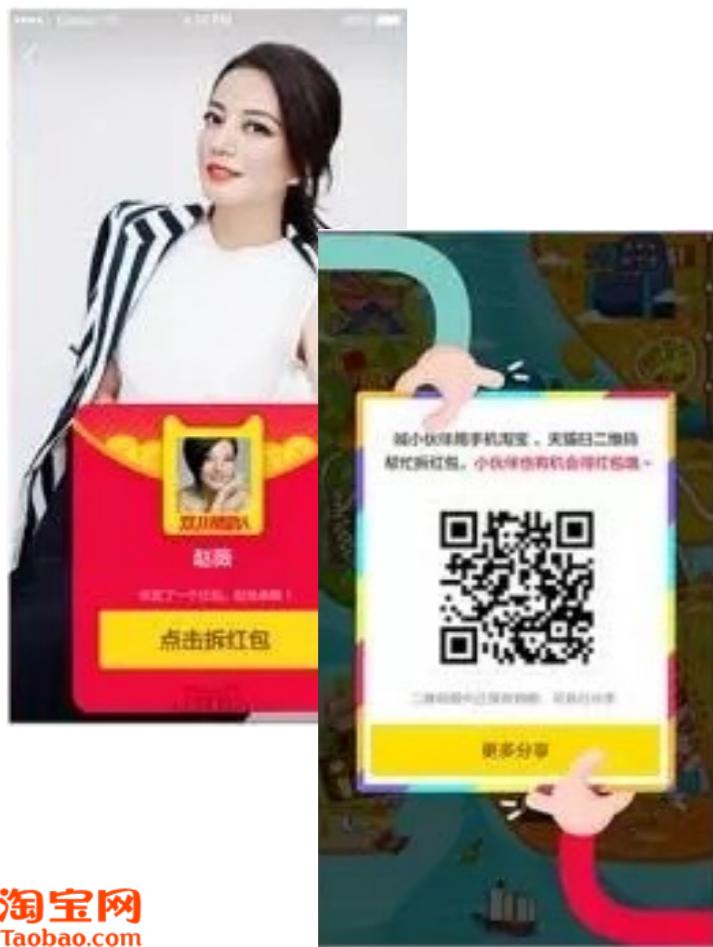


# 送禮是一種互動，送禮後的反饋、收禮方的體驗也很重要

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

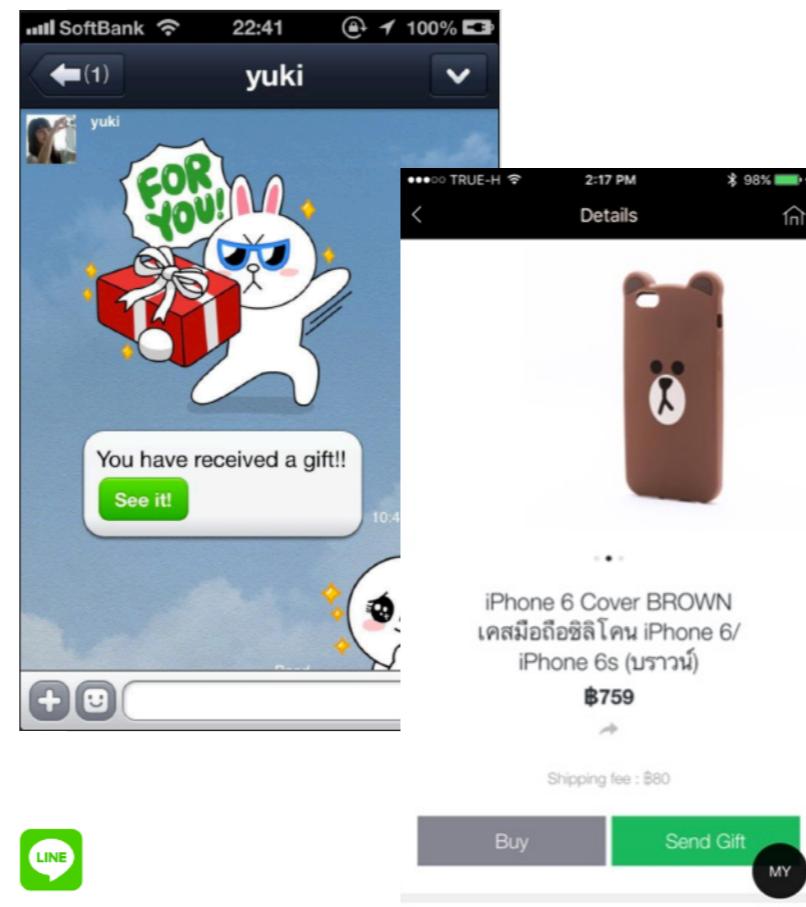
## 短期建議

送禮後對使用者有即時的反饋，讓對風以更簡便的方式兌換禮物。



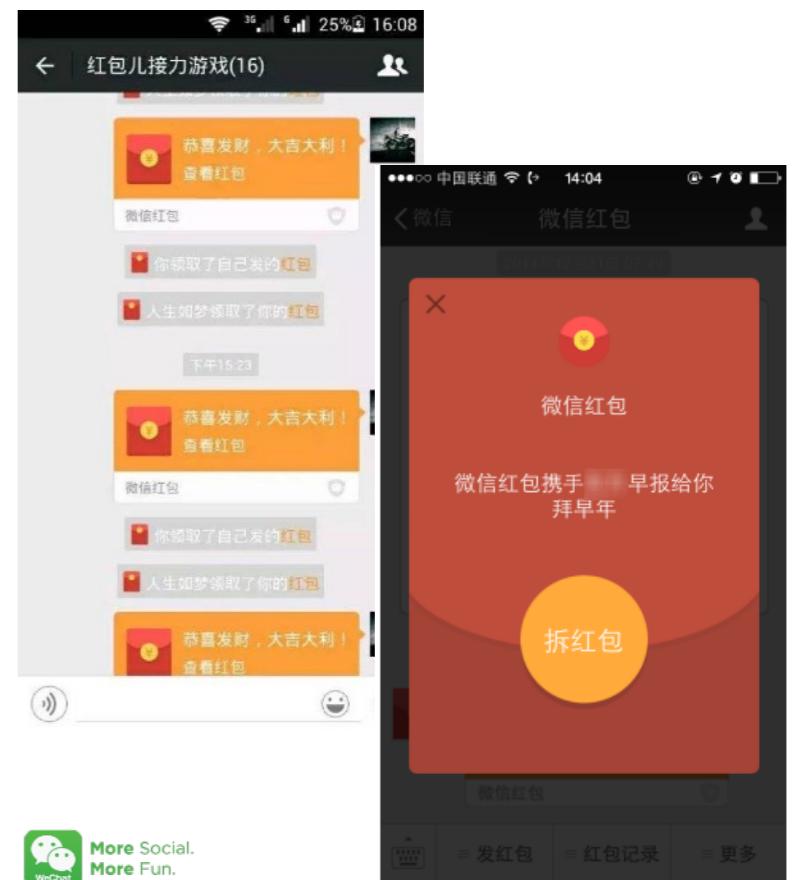
## 中期建議

與社群軟體合作，讓使用者在社群軟體中，也能以國泰優惠的紅利點數兌換或送禮。



## 長期建議

導入社群平台功能，不只能分享任何好康、禮物，並能清楚得知反饋，也讓對方好兌換。



Critical Issue 05

個人化的卡片權益的真正滿足點？

# 個人化的專屬感必須建立在實用的基礎上

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

- 我的專區
- 會員卡
- 點數牌卡



# 個人化的專屬感必須建立在實用的基礎上

國泰優惠 v4.7 Usability Testing Results

## 短期建議

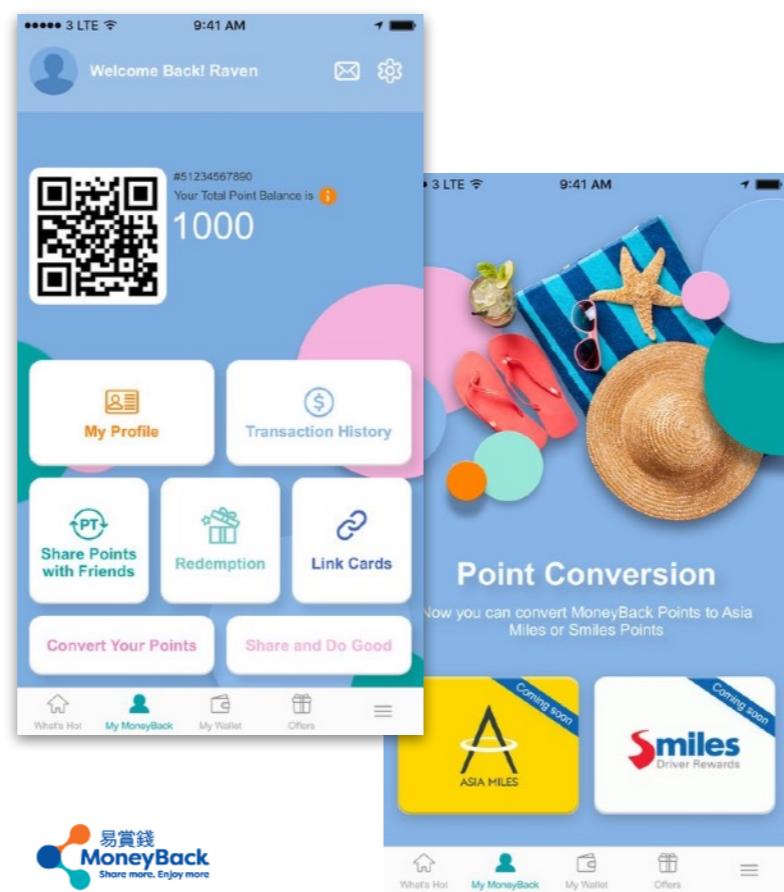
使用者本身會使用的相關牌卡，排列再一起，並放顯而易見的地方

## 中期建議

會員卡內頁畫面設計更個人化，會員個人專屬資訊更多一點

## 長期建議

增加個人牌卡專屬的內容，整合線上數據資料與線下實體優惠，提供更貼近用戶專屬的服務生態系



中華電信 WiFi 下午9:04 87%

67 國泰優惠

**COSTCO  
WHOLESALE** 多利金 **9,000,136** 兌換紀錄 >

**SUMMER 好市多酷暑專案**

**精選優惠**

**RAKU KITCHEN 寒舍樂廚**

圖片僅供參考

85折起

**保戶好康**

首頁 紅利 好康 登錄 我的 测試

This image shows a mobile application interface for a financial service. The top navigation bar includes signal strength, network provider (中华电信), time (下午9:04), battery level (87%), and a lock icon. A notification badge '67' is visible on the top left. The main header '國泰優惠' (Cathay Pacific Special Offer) is displayed. A large green box features the 'COSTCO WHOLESALE' logo and the number '9,000,136' with a '兌換紀錄' (Redemption Record) button. Below this is a promotional banner for 'SUMMER 好市多酷暑專案' (Summer Costco Cool Case Special Offer) showing various product images. The '精選優惠' (Selected Offers) section highlights a deal with 'RAKU KITCHEN 寒舍樂厨' (Raku Kitchen) at 85% off, accompanied by an image of crepes with raspberries. The bottom navigation bar includes icons for Home, Points, Offers, Login, and My Account, with a '測試' (Test) button highlighted.

# Q & A

---

**Dian Lee / UX Designer**  
E: [dian@aja.com.tw](mailto:dian@aja.com.tw) T: +886-2-87519343

**Julia Chan / UI Designer**  
E: [julia@aja.com.tw](mailto:julia@aja.com.tw) T: +886-2-87519343

**Eden Sun / Project Manager**  
E: [eden@aja.com.tw](mailto:eden@aja.com.tw) T: +886-2-87519343

**Jim Chen / Design Lead**  
E: [jim@aja.com.tw](mailto:jim@aja.com.tw) T: +886-2-87519343

**David Chen / UX Director**  
E: [david@aja.com.tw](mailto:david@aja.com.tw) T: +886-2-87519343