

<專題A3報告>網頁程式設計 - Travelbee

車輛四 / 蕭合原 / 105440029 / 企劃設計
機械四 / 王羽合 / 105307004 / 網站實作

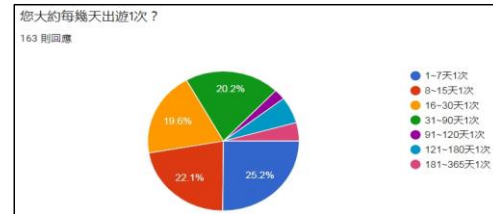
一、專題背景

◆ 需求探索

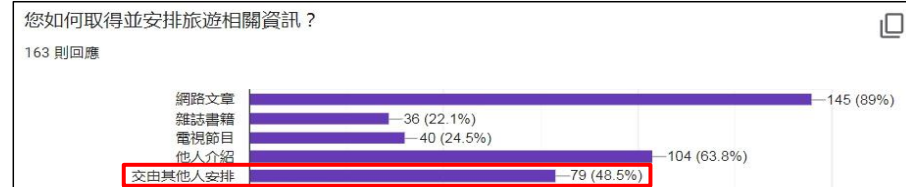
- 現代平均生活水準提高，旅遊及觀光產業也隨之成長。對於現代人來說，自己事先規劃出遊行程極其普遍。本專題之平台主題用途在於省下規劃時間，同時創造出與「自己規劃時間」等同之安心感。對於速食主義的現代來說，也許會是一個不錯的新選擇？
- 相關問卷調研（受測者約163人）
 - 近7成的受測者，出遊頻度每16~30天至少出遊1次以上（參照圖1）。
 - 近5成的受測者，在資訊取得管道方面，會想交由他人規劃（參照圖2）。

◆ 專題精神：綜前所述，本專題有以下目標：

- 吸引並滿足「將出遊行程交由他人規劃」的需求（節省客戶的規劃時間）。
- 吸引「幫別人規劃行程，同時賺取外快」的意願。
- 於本專題網站上，媒合上述兩者。



▲圖1、出遊頻度

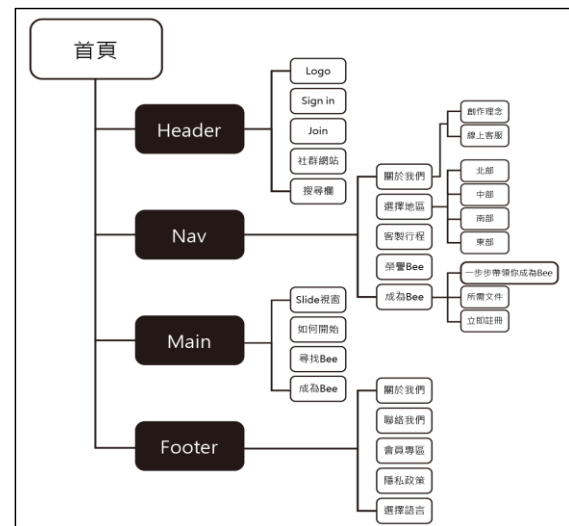


▲圖2、出遊頻度

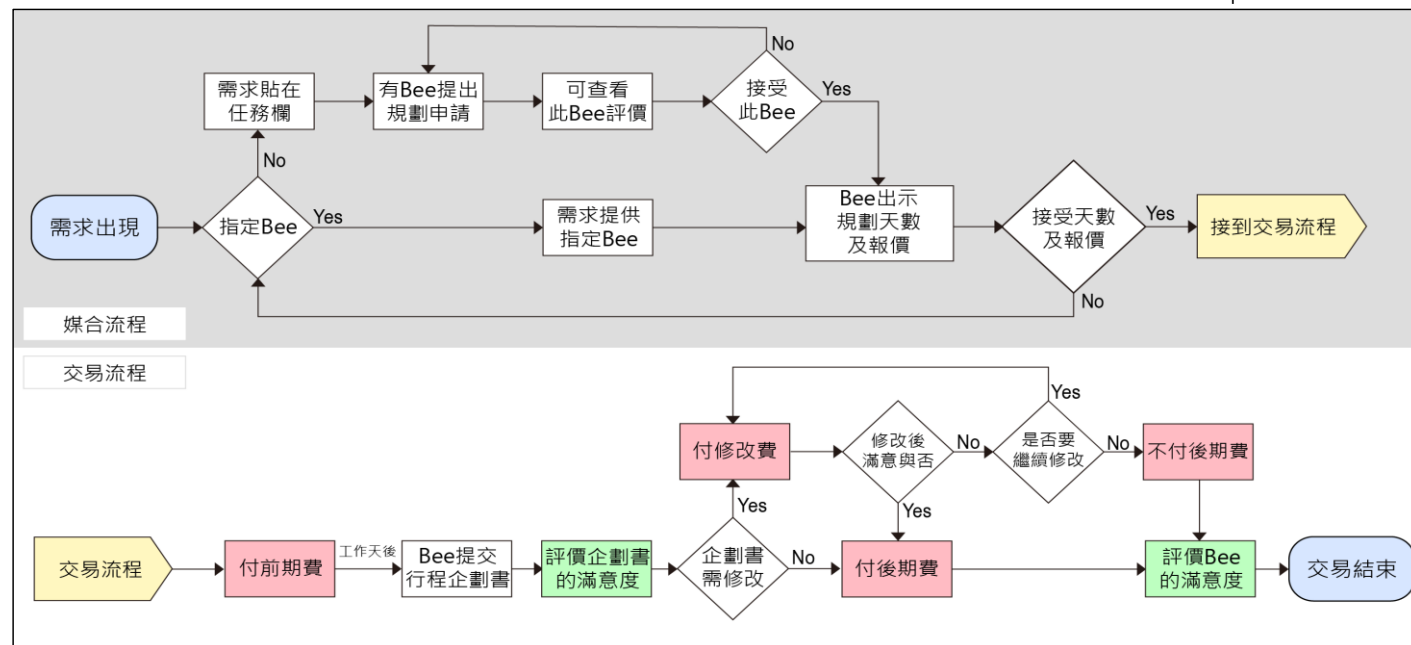
二、內容方針

◆ 針對前述之背景、需求（Why），以5W1H簡述專題之架構：

- 提供的核心服務（What）：讓客戶的出遊計畫委託他人（以Bee代稱）安排，並且Bee向客戶收取企劃費。
- 針對的需求客群（Who）：「不想花時間安排旅遊」者（客戶）以及「願意以規劃旅遊行程賺取外快」者（Bee）。
- 服務的運作時機（When）：「旅遊規劃」的需求出現時及「以規劃行程賺外快」的意願出現時，並於網站媒合此兩者。
- 服務的運作場合（Where）：一切註冊、媒合、交易及評價等行為皆在本專題之網站平台上完成。
- 如何提供服務（How）：
 - （1）如何吸引：以營造出「交由他人規劃亦能安心舒適」的安全感為目標（入口介面Sitemap可參考圖3）。
 - （2）如何媒合：依據專題的「節省時間」精神，朝「快速配對」前進（客戶媒合流程可參照圖4）。
 - （3）如何交易：致力於建構趨於公平的交易模式（客戶交易流程可參照圖4）。



▲圖3、首頁Sitemap



▲圖4、客戶對於網站功能之使用情境流程圖（※以「Bee」代稱「安排行程者」）

三、視覺發想

◆ 蜜蜂形象Logo（圖5）

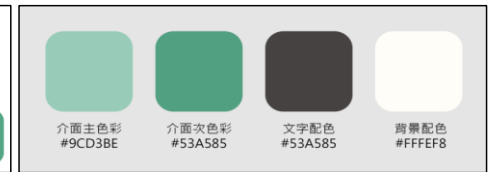
在蜜蜂的群落裡，蜜蜂們會向夥伴傳遞可採蜜處的訊息，本專題依此將蜜蜂延伸為「策畫旅遊者」（代稱Bee）。期許Bee能替客戶搜尋並挖掘旅遊資訊的「甜蜜點」。

◆ 配色選擇（圖6）

- 主色彩：以茂盛卻又清新的綠色為主。意義為「枝葉茂盛，必有蜜點」。
- 字體色：使用深灰色代替預設的純黑，以避免對比過高而造成眼目不適。
- 背景色：使用淡淡的米黃色顯示出「旅遊的清新感」。



▲圖5、主Logo設計



▲圖6、配色選擇

四、介面呈現

◆ 版面配置：1280*5207px

- Padding：115px；2側。
- Columns：60px；12個。
- Gutters：30px；11個。

◆ 文字設定

- 字體：微軟正黑體；標題以粗體表示。
- 字級：以35pt、25pt、20pt三種為主。

◆ 區塊用途簡介（圖7）

- 頁首：作品牌識別。
- 導覽列：主要功能引導。
- 主資訊欄：用以放置主視覺、廣告及活動資訊。
- 使用教學：用以吸引新客戶了解流程。
（顯示流程的人性化）
- 尋找Bee：用途有二：
 - 1. 供客戶觀看評價。
 - 2. 可直接指定Bee。
（評價透明化）
（優勢聚焦）
- 成為Bee：顯示成為Bee的好處。

◆ 互動功能簡述（圖7）

- 搜尋欄
- 下拉選單
- 滑動視窗
- 進入詳情頁面之按鈕



▲圖7、各區塊視覺稿（連接順序：左上→左下→右上→右下）

五、後續展開

◆ 專題架構方面（Minor）

延伸議題：此種網路交易的「合法性」、成為Bee的門檻設定、交易的規則及機制等。

◆ 介面呈現方面（Major；期末目標）

- 網頁呈現優化：RWD、漢堡選單、字體及圖片大小優化等。
- 嘗試寫出第2個及第3個頁面。
- 組內交互學習計畫。