



MEGAPIE

以人提供更好的使用農場？使人測試了用食鹽進行修正，使土壤易用。據家傳的說法，性質好的土壤能給人提供更好的使用農場。

Marry I Do

https://www.marryido.com.tw/marrytool/seating

首页 找商家 婚婚工具

李筱琳

我的婚宴座位表總覽

新增座位表

我的結婚座位表

婚宴時間：2019年06月06號 12時00分
婚宴場地：民華幸福機構（大直店）
場地地址：台北市中山區植福路8號

完成進度：30%

我的訂婚座位表

婚宴時間：2018年12月12號 11時00分
婚宴場地：青青食尚花園會館
場地地址：台北市士林區至善路二段266巷32號

完成進度：64%

我的訂結婚座位表

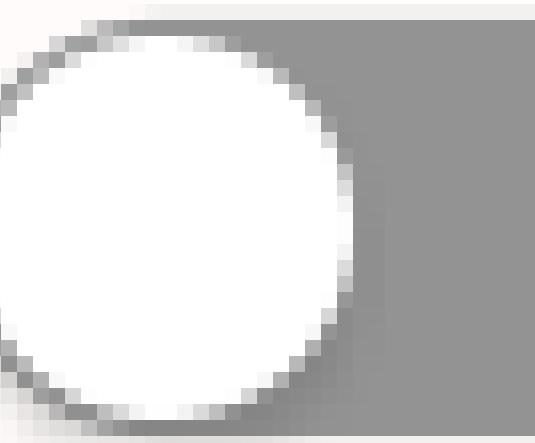
婚宴時間：暫無相關資訊
婚宴場地：暫無相關資訊
場地地址：暫無相關資訊

完成進度：0%

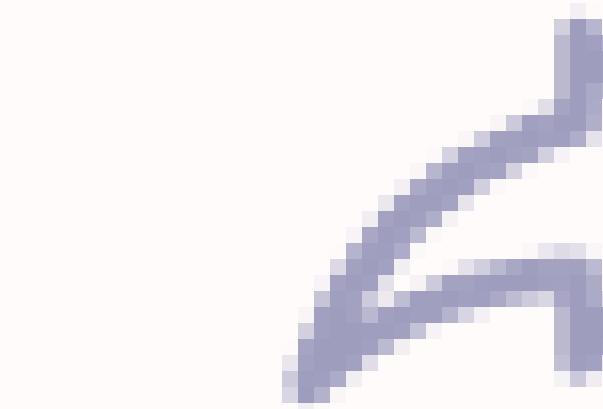
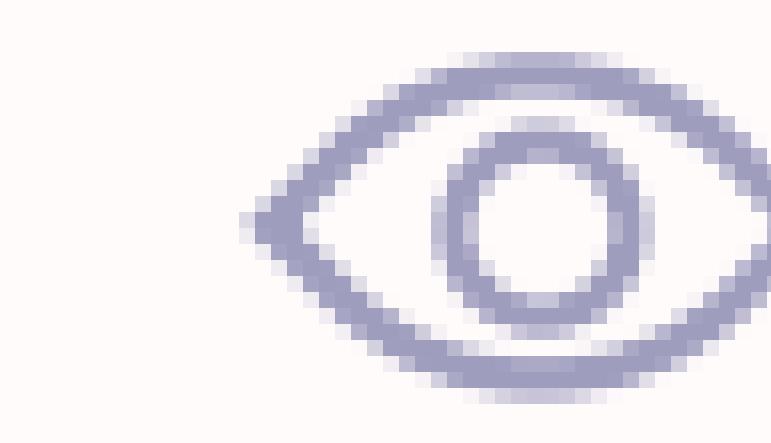
婚宴倒數
240天

功能類 icon 加註文字輔助說明

在進行易用性測試時，受測者表示部份功能類 icon（例如：排序、分享...等）無加註文字說明，會讓人不明瞭或誤會其意思，而誤點導致時間耗費。因此，將介面修改為當滑鼠移入功能類 icon 時，在 icon 下方會顯示文字說明，讓用戶可以快速明瞭 icon 的意思。



開
放
教
學







編輯

背景及目標

關聯性

挑戰

解決方案

研究

設計目標與解決方案

成效

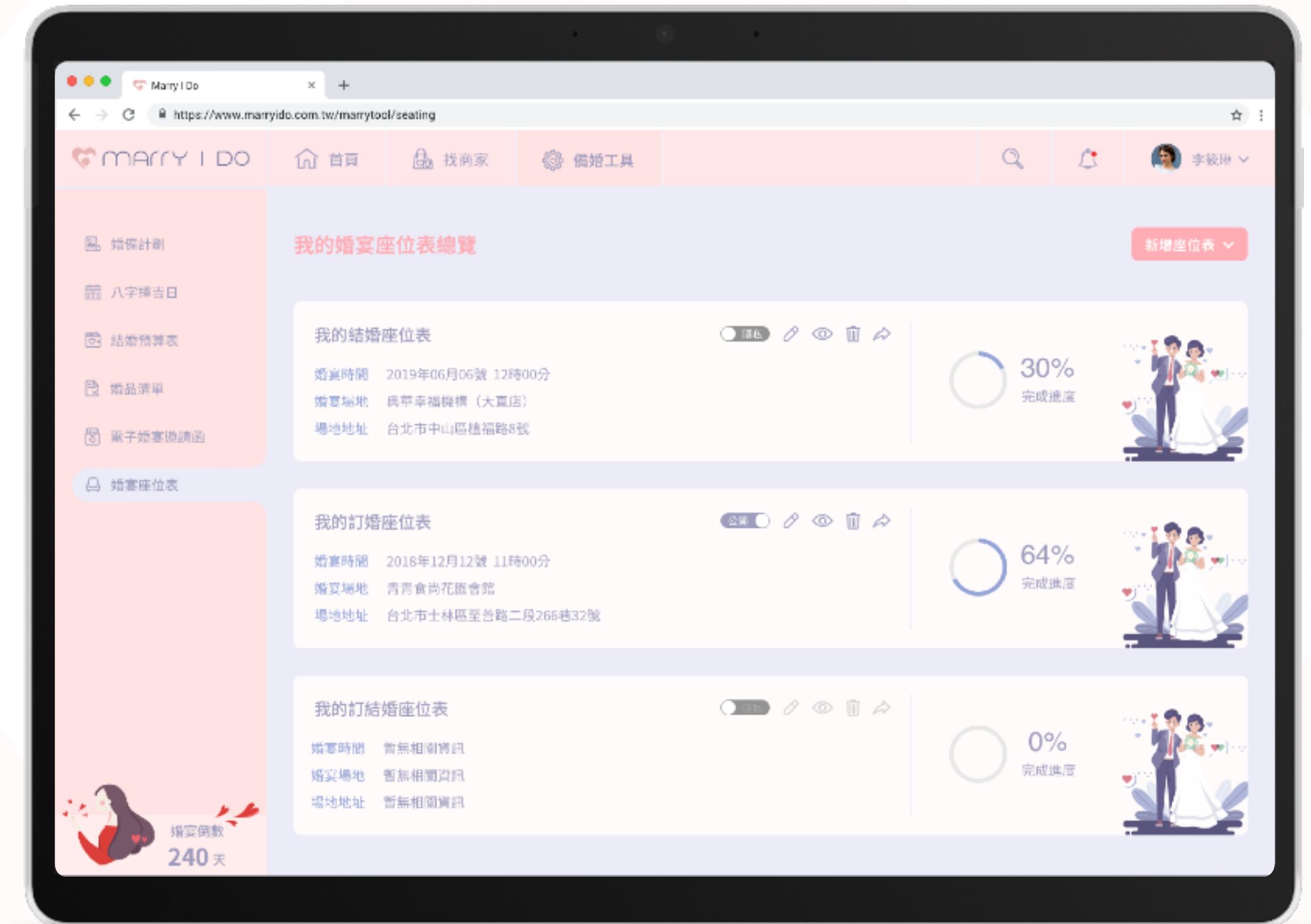
優化與迭代

產品優化 - 2

依據易用性測試的用戶回饋進行了修正，以提供更好的使用體驗

功能類 icon 加註文字輔助說明

在進行易用性測試時，受測者表示部份功能類 icon（例如：排序、分享...等）無加註文字說明，會讓人不明瞭或誤會其意思，而誤點導致時間耗費。因此，將介面修改為當滑鼠移入功能類 icon 時，在 icon 下方會顯示文字說明，讓用戶可以快速明瞭 icon 的意思。



問卷調查及 Google Analytics

對用戶進行問卷調查，並分析 Google Analytics 的數據，以瞭解用戶使用備婚工具的概況

問卷調查

Google Analytics

針對平台上使用備婚工具的用戶進行問卷調查，採電子問卷方式，總計回收 43 份問卷。問卷調查主要集中於以下面向：

- 1 各備婚工具使用的頻率？
- 2 各備婚工具的使用滿意度？滿意及不滿意的事項為何？
- 3 遇到挫折而沒有再使用的備婚工具？遇到什麼挫折而不再使用此備婚工具？
- 4 有付費使用進階功能的備婚工具？因為什麼動機而付費使用此備婚工具？

易用性測試

透過受測者與備婚工具的互動，瞭解 Redesign 後是否符合使用者的期望，及是否有需要再改善之處

受測對象

任務

改版後優點

需改善處

由用戶中招募了六位受測者進行高擬真原型的易用性測試，分別在婚禮籌備前期、中期和後期的新人中各招募兩位受測者

關聯性



在專案進行的過程中，客戶端的投資人及重要幹部換了一批人，客戶端對產品定位、產品策略及目標族群的定位與之前的意見不一致



成效

進行完產品優化後，我們再次進行問卷調查及 Google Analytics 數據分析，結果展現了以下顯著的成效

滿意度提升
65% 以上

放棄率降低
35% 以上

付費轉換率
為原先兩倍

改版前用戶對三項備婚工具的滿意度皆為 20% 以下，改版後滿意度皆為 85% 以上

三項備婚工具的放棄率皆從 50% 以上減少為 15% 以下，且改版後三項備婚工具半年婚前籌備期使用率皆為 80% 以上

因放棄率降低且使用滿意度提高，並優化使用者體驗，因此三項備婚工具的付費轉換率皆由 1% 以下提升為 2% 以上

挑戰

因客戶經費及專案時間壓縮的關係，導致備婚工具 Redesign 的範圍不斷更改，且客戶內部與專案有關的重要關係人對 Redesign 範圍的意見不一致



設計目標總覽

將洞察和痛點轉化為設計點，並對應產品 Redesign 之處

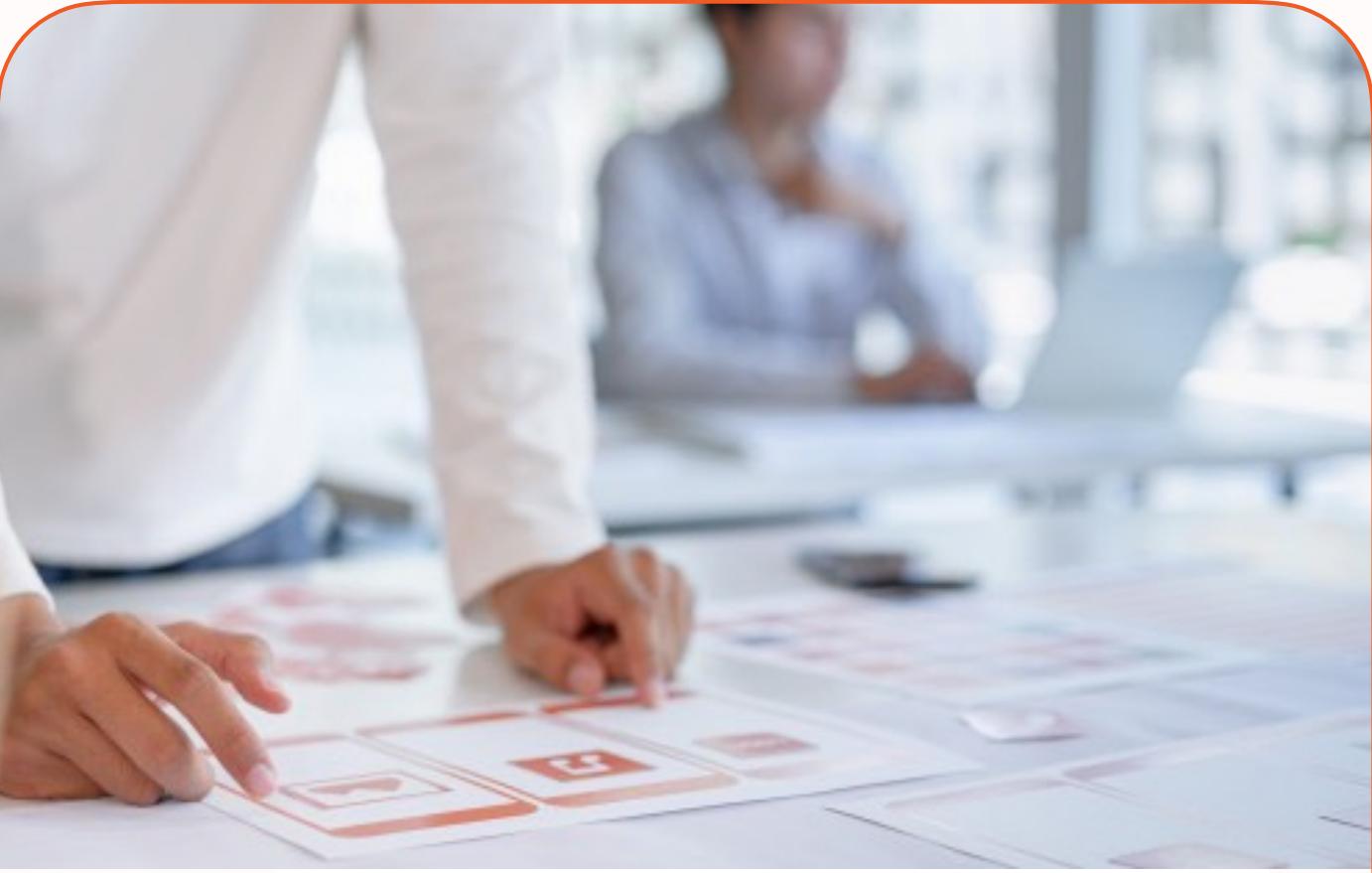


解決方案

為了達成目標和因應挑戰所執行的方案



為得知使用率及轉換率前三高的備婚工具，以界定備婚工具 Redesign 的範圍，需進行問卷調查及 Google Analytics



除了用 Google Analytics 瞭解各備婚工具的那個使用環節流失最高外，還需觀察用戶的使用歷程，及使用時遇到的問題，所以需進行易用性測試



為了讓客戶中與專案有關的利害關係人有一致的目標，且從不同角度切入，找尋用戶和客戶間的平衡點，因而進行內部利害關係人訪談

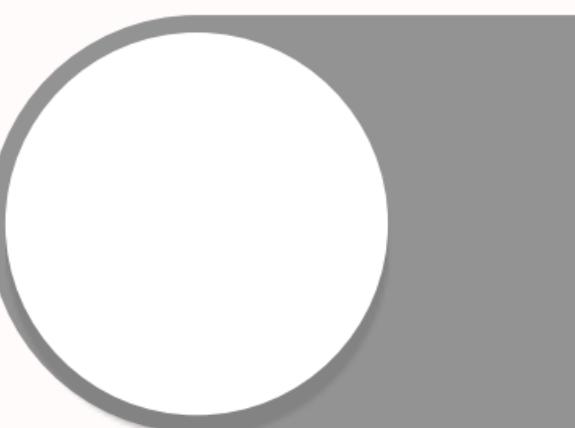
專案背景及目標

MARRY I DO 是一站式婚禮籌劃平台，MARRY I DO 與其他婚禮籌劃平台最大的差異化在於備婚工具，且備婚工具也是其重要的商業模式之一，但平台收到眾多使用者投訴備婚工具不易使用及操作，因而導致備婚工具使用率逐步下降，且轉換率低。因此，客戶委託我們進行 Redesign，我們希望能夠達到以下三個目標

提升
使用滿意度

降低放棄率
提升使用率

提升
轉換率



隱私

