



## 客戶核心目標

- 提升備婚工具的使用滿意度
- 降低備婚工具的放棄率並提升使用率
- 用戶購買備婚工具的進階功能

## 客戶痛點

### 在婚宴座位表方面

- 場地編排的用戶操作體驗太差
- 編排座位的流程太複雜使用戶混亂
- 座位表無法讓用戶預覽

### 在電子婚宴邀請函方面

- 問卷範本無提供用戶修改的自由度
- 介面資訊配置不良及操作不易讓用戶體驗不良
- 無法讓用戶線上查看問卷的統計圖表及回應

### 在婚備計劃方面

- 用戶連結到商家比例低，導致婚備計畫付費轉換率低
- 功能開發不完善導致用戶流失

## 共同痛點

### 在婚宴座位表方面

- 場地編排不易操作，且沒有任何引導
- 座位編排的賓客類別及流程太複雜，導致座位重複安排
- 無法預覽，無法觀看座位整體編排情形

### 在電子婚宴邀請函方面

- 介面資訊配置不良，導致花費過多時間
- 問卷範本無讓用戶有修改的自由度
- 無法在線上查看問卷的回應，且回應數據無資訊圖表化

### 在婚備計劃方面

- 介面設計不良，且無任何提示，以至於用戶無法發現預設的功能
- 功能不足，導致用戶流失

## 用戶核心目標

- 利用備婚工具讓備婚繁鎖且複雜的事宜，變得簡化且便捷

## 用戶痛點

### 在婚宴座位表方面

- 不知如何編排場地，也沒有任何的提示和引導
- 編排場地時不能一同安排座位，要分兩步驟，覺得很不便
- 編排座位時不明瞭來賓類別間的區別，導致座位重複安排
- 不能預覽婚宴座位表，無法確定整體編排的情形

### 在電子婚宴邀請函方面

- 問卷新增按鈕不顯眼，浪費很多時間找尋可新增問卷處
- 問卷範本很制式，無法自行編輯和新增
- 問卷統計是 Excel 檔，無法在線上就能觀看統計圖表

### 在婚備計劃方面

- 若無提醒完全不知道有編輯待辦事項名稱，及連結商家的功能
- 功能很少，只能觀看婚前需準備事項，無法自行新增及區分已完成和未完成

## 共同痛點

### 在婚宴座位表方面

- 場地編排不易操作，且沒有任何引導
- 座位編排的賓客類別及流程太複雜，導致座位重複安排
- 無法預覽，無法觀看座位整體編排情形

### 在電子婚宴邀請函方面

- 介面資訊配置不良，導致花費過多時間
- 問卷範本無讓用戶有修改的自由度
- 無法在線上查看問卷的回應，且回應數據無資訊圖表化

### 在婚備計劃方面

- 介面設計不良，且無任何提示，以至於用戶無法發現預設的功能
- 功能不足，導致用戶流失

大利示人余繢

將訪談內容進行比對找出雙方共通的痛點與用戶的核心需求

# 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

# 內部利害關係人訪談結果

將訪談內容進行 kj 法分類，分析出客戶的核心需求，並與用戶的痛點進行比對，找出雙方共通的痛點

共同痛點



# 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



# 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

# 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

# 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



# 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

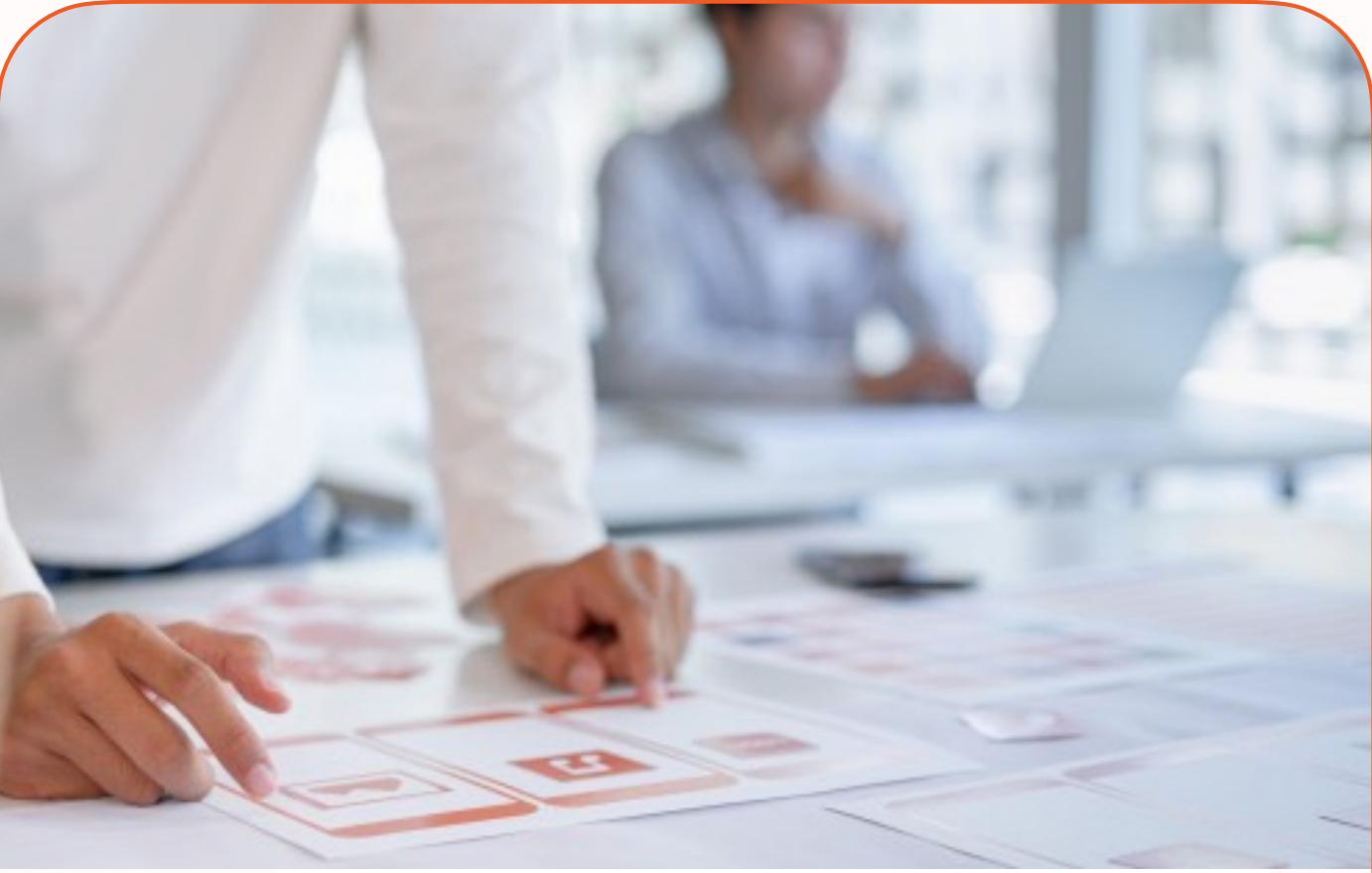
由用戶中招募了六位受測者進行高擬真原型的易用性測試，分別在婚禮籌備前期、中期和後期的新人中各招募兩位受測者

# 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

# 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



# 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？

# 關鍵洞察

根據數據及研究的資料，發現三項需 Redesign 的備婚工具共同都有以下四項核心的問題

## 「以直覺式的操作，並簡化流程」

01

可用性不佳，且無適時的給予用戶引導

介面不易操作，無提示及引導，且在用戶發生錯誤時，沒有提供訊息幫助用戶解決錯誤

02

流程複雜，完成目標需要更長的過程

程序步驟無整合歸納，一個步驟可完成的目標被細分為多個步驟，造成用戶混亂且不便

03

介面資訊配置不佳  
內容含義不易理解

介面佈局不佳，資訊無顯示在適當的位置，且按鈕和圖示無加註文字，導致用戶誤解

04

功能不完善

三項備婚工具都具有許多功能不完善的問題，無法滿足用戶需求，易造成用戶流失