

# 華碩數位體驗

## 跨螢易用性測試報告



Design Information & Thinking Lab  
設計資訊與思考研究室

# Agenda

- 前言** Introduction
- 結論** Executive Summary
- 任務流程與問題統計** Tasks & Problem Statistics
- 易用性測試** Usability Testing
  - 實驗設定** Tasks Chosen
  - 受訪者篩選** Participant Selection (Questionnaire / Demographic)
  - 設備設定** Physical Setup and Equipment Used
- 實驗結果** Usability Testing Finding
  - 問題重點、行為觀察** Question & Behavior Observation
  - 問卷結果** ASQ/QUIS/SUS Questionnaire

# 前言 Introduction

## 簡述

此易用性測試報告是專為華碩數位平台體驗，所設計的使用者經驗研究計畫。研究範圍包含華碩官網、store、支援三站在三種跨螢裝置（桌上/筆記電腦、手機、平版）的易用性表現。研究聚焦在雙方共同決議的五條代表性使用歷程，透過質化與量化的測試評估，找出現有網站在跨裝置上如介面、流程、互動...等用戶體驗缺失。

## 目標

我們期待將易用性研究結果與使用者的真實回饋，結合material design之精神作為下階段產出的Design guideline參考基準，並進一步提供華碩三站規劃與目標策略建議，讓流暢的使用者體驗與品牌形象得以連結、發揮最大效益。

# 結論 Executive Summary

經過6/29-7/4 為期一週的質性訪談與實際易用性操作，我們從3位一般使用者、3位專家型使用者的回饋，歸納出以下6點關鍵性的結論：

1. [ 資訊架構 ] 流程混亂，造成使用者容易在網站中迷失
2. [ 資訊架構 ] 命名/分類缺乏邏輯、意味不明
3. [ 資訊架構 ] 網站提供的內容不符合使用者預期
4. [ 互動設計 ] 操作後缺乏提示，造成斷點
5. [ 跨螢體驗 ] 一致性待優化
6. 沒有適當的失敗回饋

# 結論 Executive Summary

## 1. [ 資訊架構 ] 流程混亂，造成使用者容易在網站中迷失

導致使用者在瀏覽時迷失，耗費較多的時間，甚至容易放棄，直接跳出網站。

e.g. 在store找不到返回官網的入口，找商品的動線混雜...等。

## 2. [ 資訊架構 ] 命名和分類缺乏邏輯、意味不明

造成使用者在找尋商品時花費許多時間嘗試錯誤。

e.g. 哪裡買/立即購買不易分辨；不知道個人電腦/商用電腦的區別...等。

## 3. [ 資訊架構 ] 網站提供的內容不符合使用者預期

部分資訊沒有特別說明，容易讓想購買商品的消費者對選購的資訊呈現與途徑困惑。

e.g. 哪些產品在線上買的到或買不到；對定價參考的認知；新品或福利品的認知...等。

# 結論 Executive Summary

## 4. [ 互動設計 ] 操作後缺乏提示，造成斷點

導致使用者認為功能異常而放棄操作。

e.g. 購物車按鈕、比較表icon。

## 5. [ 跨螢體驗 ] 一致性待優化

目前響應式設計未針對行動裝置進行細部優化，導致瀏覽與操作體驗不順暢。

e.g. 如行動裝置上的地圖資訊、行動裝置上的比較表、Fat finger的問題。

## 6. 沒有適當的失敗回饋

操作失敗時，缺乏適當的指示與回饋，造成使用者負面觀感與情緒，恐喪失忠誠度與品牌信賴。

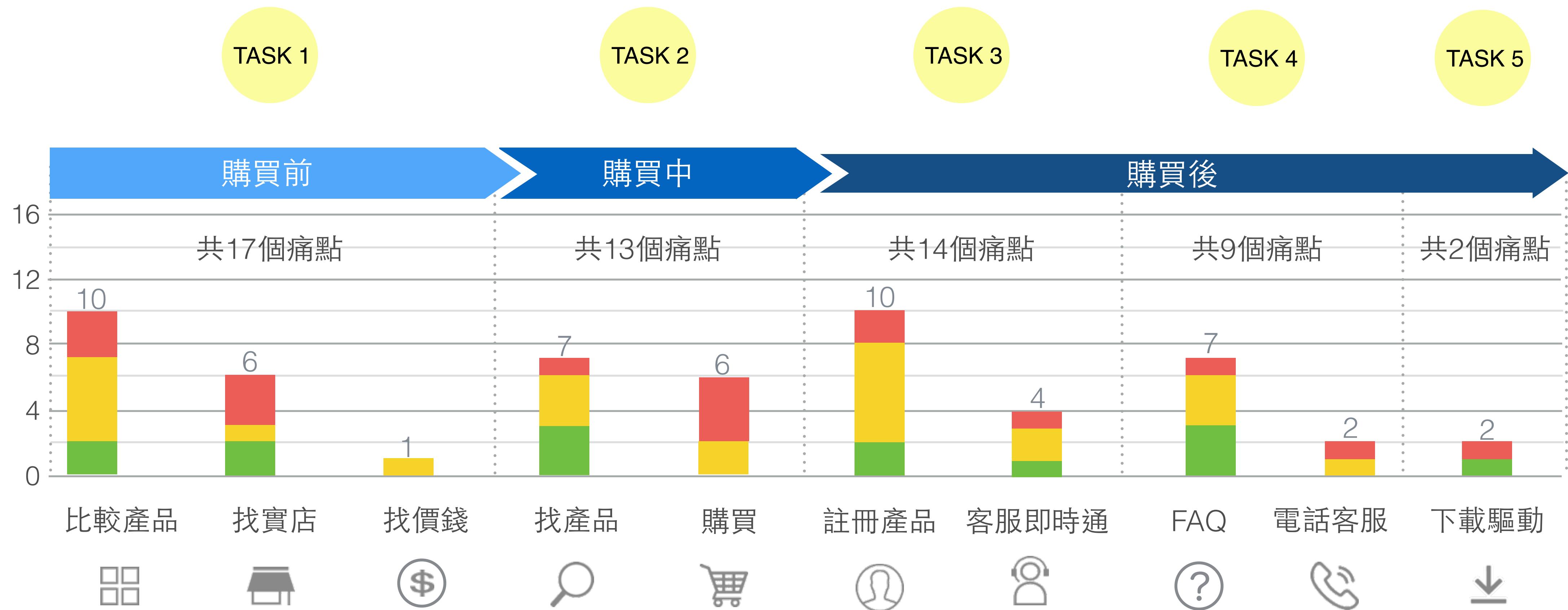
e.g. 下單失敗後沒有說明原因；選擇立即購買卻顯示「404 page抱歉找不到網頁」；進入24hrs客服卻被告知現在不是服務時間。

問題分級：

- 高度嚴重性的問題，應全部改正
- 中度嚴重性的問題，建議修改
- 低度嚴重性的問題，可延遲修改

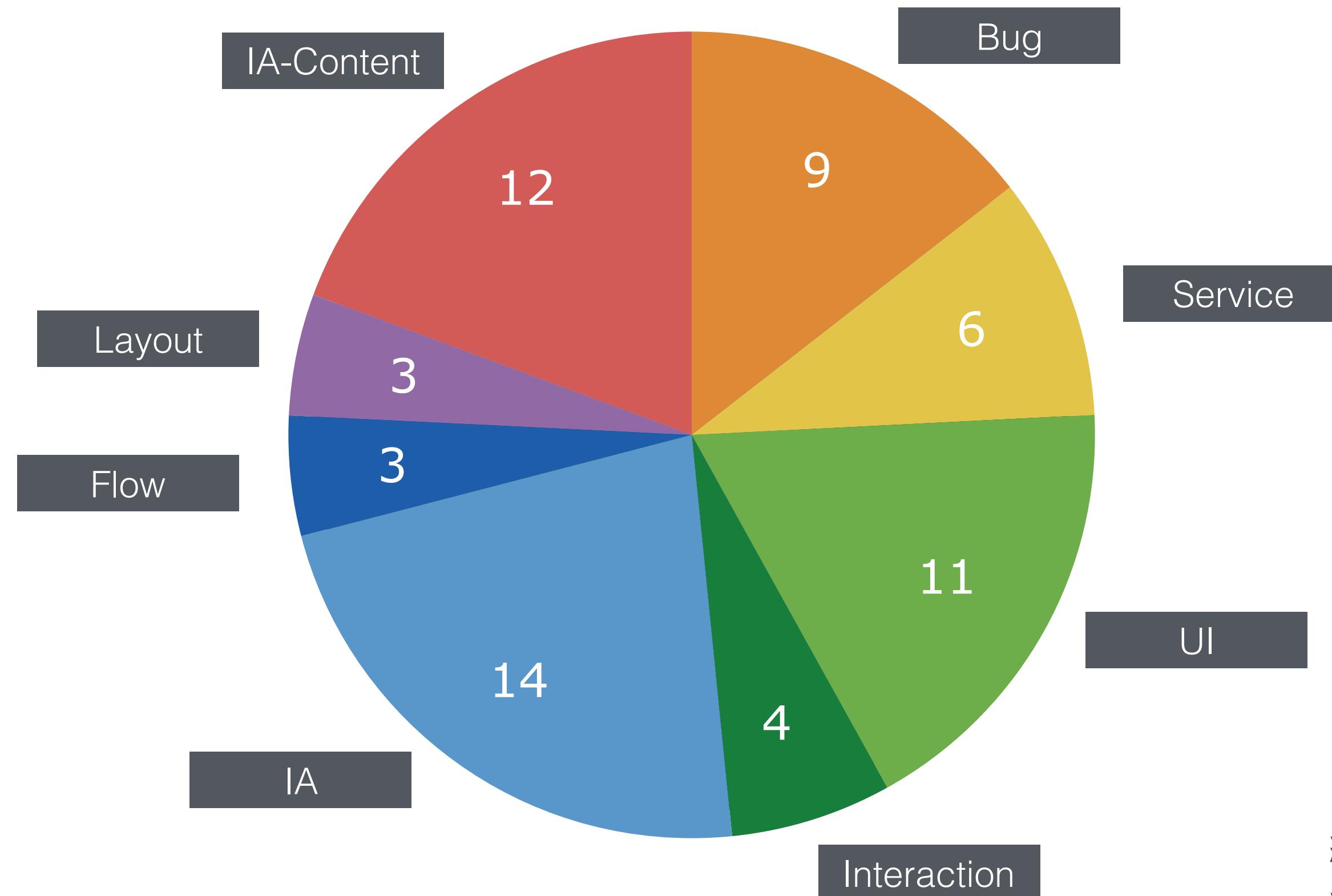
# 任務流程與問題統計

## Tasks & Problems Statistics



# 問題類型統計

Problems Statistics



## 問題類型：

Bug	系統問題或不穩定。
Service	服務體驗問題。
UI	介面設計問題。
Interaction	互動問題。
Layout	介面佈局問題。
Flow	流程設計問題。
IA	資訊架構問題。
IA-Content	資訊架構中的內容問題。

總計 62，減去部分重複類型之問題數，  
總問題數為 55 個

# 易用性測試 Usability Testing

---

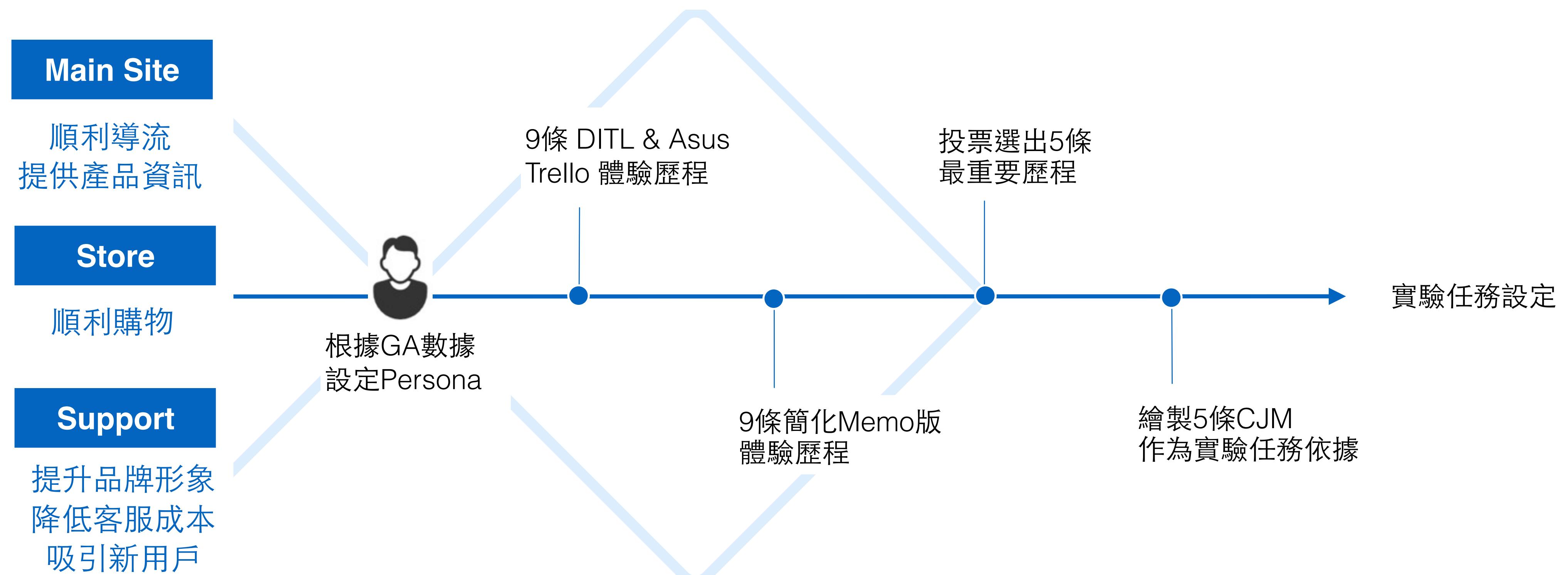
**實驗任務設定** Tasks Chosen

**受訪者篩選** Participant Selection (Questionnaire / Demographic)

**設備設定** Physical Setup and Equipment Used

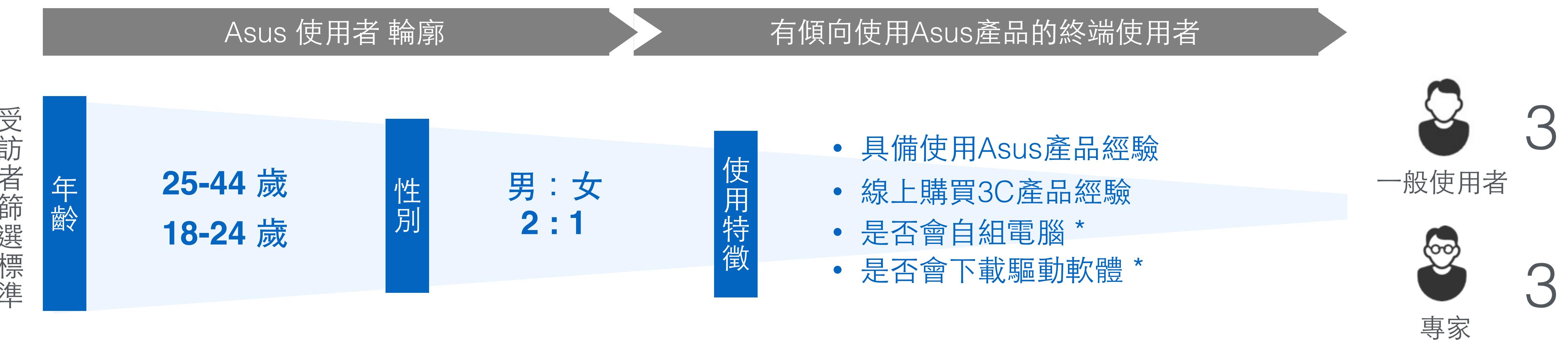
# 實驗任務設定

在任務設定上，團隊以釐清三站目的為出發點，與ASUS團隊共同合作，發展出九條主要的體驗歷程，並在簡化歷程過後，票選出五條最重要的體驗，繪製成Customer Journey Map(顧客體驗歷程圖)作為實驗任務的依據。



## 受訪者篩選

根據華碩提供的GA數據，鎖定年齡層25-44歲和18-24歲，男女比 2 : 1，並找尋有傾向使用Asus產品的終端使用者作為實驗受訪對象。



## 最終受訪者

受訪者分兩大族群：「一般使用者」和「專家型使用者」，「一般使用者」對3C產品規格較陌生且較少瀏覽3C產品網站；「專家型使用者」熟悉3C產品規格、經常瀏覽3C產品網站且有自組電腦的經驗。



受訪者	一般1	一般2	一般3	專家1	專家2	專家3
年齡	25-44	25-44	18-24	25-44	18-24	25-44
性別	男	女	女	男	男	男
使用華碩產品經驗	○	○	○	○	○	○
線上購買3C產品	○	X	○	○	X	○
是否會自組電腦	X	X	X	○	○	○
是否會下載驅動程式	X	X	X	○	○	○

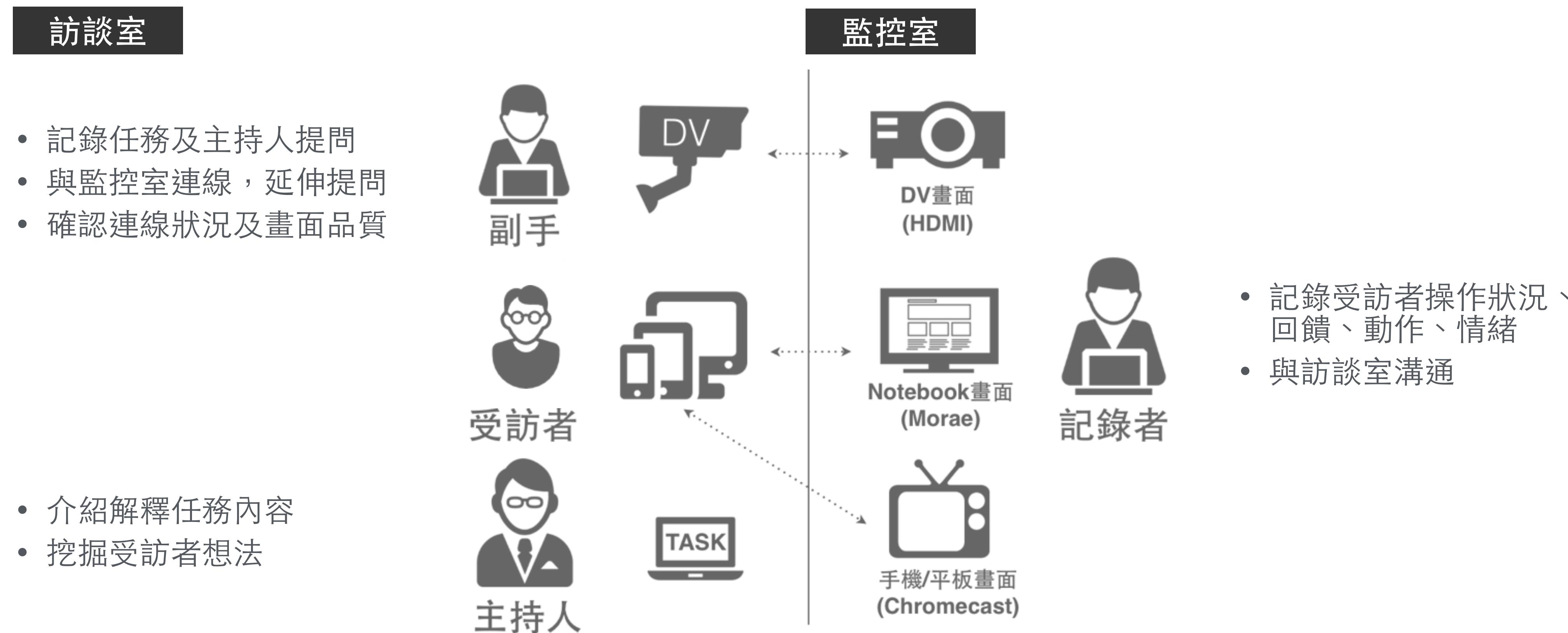
# 任務流程 Tasks

實驗任務流程分依購買前、中、後分為三個階段，包含了主要會經過的多個情境，以及跨裝置的測試，並於每個大任務前、後填寫ASQ問卷，任務結束時填寫整體QUIS與SUS問卷。



# 設備設定

為紀錄受訪者跨裝置操作網站遇到的狀況、與操作過程的真實回饋和情緒反應，由主持人與副手搭配於訪談室中進行實驗，監控室則可容納一個以上的觀察者，執行記錄與溝通工作。



# 實驗結果 Usability Testing Finding

---

問題重點、行為觀察 Behavior Observation

問卷結果 ASQ/QUIS/SUS Questionnaire

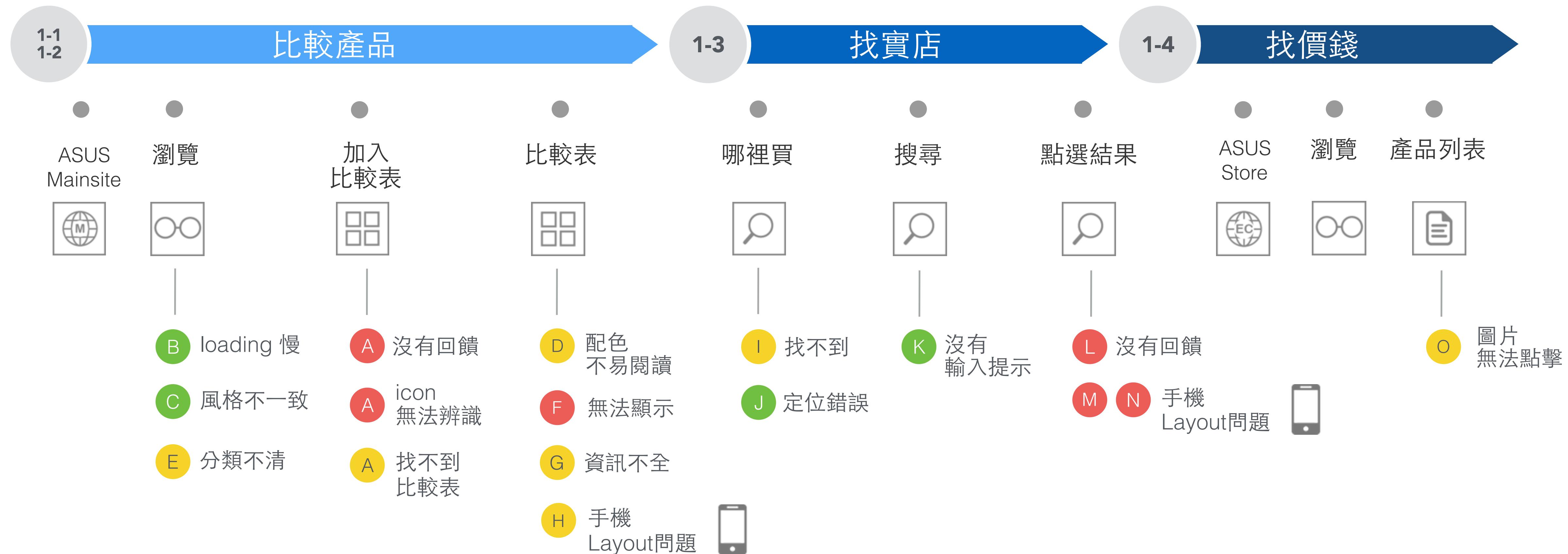
## TASK ONE

請假設自己要買一台 Zenfone  
上網進行購買前的研究

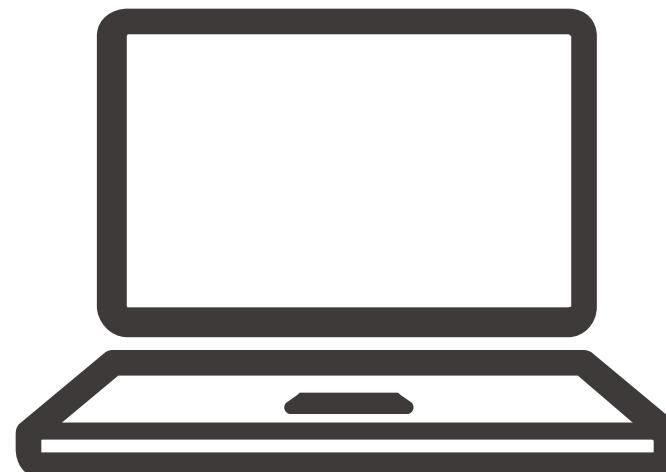
# Customer Journey Map

- 紅色：使用者情緒痛點，容易造成構成任務流程中斷的重大問題
- 黃色：使用者需嘗試錯誤或找尋替代方法才能解決的問題，建議修改
- 綠色：嚴重性不大的問題，改了會幫體驗加分

購買前



1-1



利用電腦網頁

在華碩官網比較 Zenfone2 的三個型號

選自己喜歡的一款 簡單說明原因



## A-1.加入比較表後系統沒有適當的回饋

問題分級：

 紅色：使用者情緒痛點，容易造成構成任務流程中斷的重大問題

進階搜尋



黃色：使用者需嘗試錯誤或找尋替代方法才能解決的問題，建議修改

產品類型



綠色：嚴重性不大的問題，改了會幫體驗加分

問題裝置

Interaction

問題類型

使用者將產品勾選加入比較表後，網站沒有適當回饋，讓使用者找不到比較表。  
**(下頁說明)**

一般1：「（按了Enter）覺得應該要有反應，或告訴我下一頁或下個步驟。」

專家3：「我覺得我點選加入比較後，沒有明確的指示。」

ZenFone 6 (A601CG)	ZenFone 4 (A450CG)	ZenFone 5 (A500KL)	ZenFone 6 (A600CG)

▲ 首頁 > 智慧手機 > Zenfone

# 問題類型定義

## Bug

系統問題或系統不穩定，需透過除錯改善。  
e.g. 購物車不穩定。

## Layout

介面佈局問題，令使用者難以有效率地找到資訊位置。  
e.g. 地圖介面的佈局讓使用者難以上下滑動。

## Service

服務體驗問題，包含線下與線上的服務。  
e.g. 產品外盒序號不易辨別。

## Flow

流程設計問題，包含不同頁面間的連接、功能上的順序安排。  
e.g. 使用「客服即時通」需先登入會員。

## UI

介面設計問題，包含圖示不清、配色、字體、風格等問題。  
e.g. 比較表配色。

## IA

資訊架構問題，包含資訊層級、分類、定義等問題。  
e.g. 使用者無法在官網分辨出哪些產品有在Store販售。

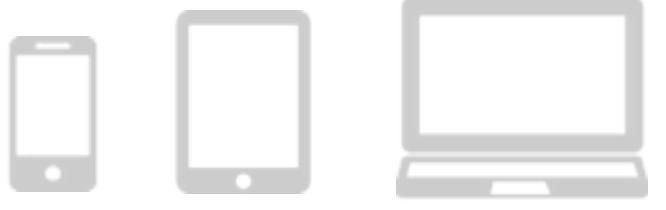
## Interaction

互動問題，包含互動提示、反饋等問題。  
e.g. 加入比較表沒有適當回饋。

## IA-Content

資訊架構中的內容問題，包含用字、資訊多寡等。  
e.g. 使用者對於「保固內/保固外」詞彙感到困惑。

# A-1.加入比較表後系統沒有適當的回饋 ..... 問題標題



六位受測者中遇到問題人數： 五位 ..... 問題發生頻率

Interaction

ZenFone 2 (ZE550ML)	ZenFone 2 (ZE551ML)	ZenFone 2 (ZE500CL)	ZenFone C (ZC451CG)
			 夠強才敢喚：風格一手掌握
<a href="#">Buy Now</a>	<a href="#">Buy Now</a>	<a href="#">Buy Now</a>	<a href="#">Buy Now</a>
<input checked="" type="checkbox"/> 加入比較表	<input checked="" type="checkbox"/> 加入比較表	<input checked="" type="checkbox"/> 加入比較表	<input type="checkbox"/> 加入比較表
ZenFone 6 (A601CG)	ZenFone 4 (A450CG)	ZenFone 5 (A500KL)	ZenFone 6 (A600CG)
 極速遊戲體驗 流暢多工處理	 輕薄機身俐落掌握		 極速遊戲體驗 流暢多工處理
<a href="#">Buy Now</a>	<a href="#">Buy Now</a>	<a href="#">Buy Now</a>	<a href="#">Buy Now</a>
<input checked="" type="checkbox"/> 加入比較表	<input checked="" type="checkbox"/> 加入比較表	<input checked="" type="checkbox"/> 加入比較表	<input type="checkbox"/> 加入比較表

## 問題圖示

使用者將產品勾選加入比較表後，網站沒有適當回饋，讓使用者找不到比較表。

## 問題描述

一般1：「（按了Enter）覺得應該要有反應，或告訴我下一頁或下個步驟。」

專家3：「我覺得我點選加入比較後，沒有明確的指示。」

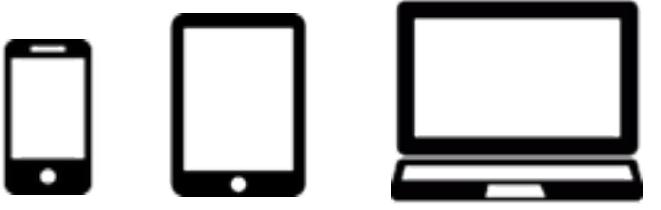
## 使用者回饋

▲ 首頁 > 智慧手機 > Zenfone

## 路徑

# A-1.加入比較表後系統沒有適當的回饋

六位受測者中遇到問題人數： 五位



Interaction

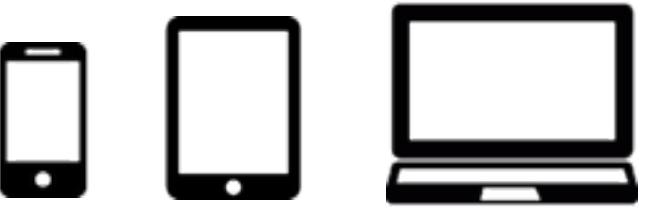
ZenFone 2 (ZE550ML)	ZenFone 2 (ZE551ML)	ZenFone 2 (ZE500CL)	ZenFone C (ZC451CG) 夠強才敢嗆：風格一手掌握
<input checked="" type="checkbox"/> 加入比較表	<input checked="" type="checkbox"/> 加入比較表	<input checked="" type="checkbox"/> 加入比較表	<input type="checkbox"/> 加入比較表
ZenFone 6 (A601CG) 極速遊戲體驗 流暢多工處理	ZenFone 4 (A450CG) 輕薄機身俐落掌握	ZenFone 5 (A500KL)	ZenFone 6 (A600CG) 極速遊戲體驗 流暢多工處理

使用者將產品勾選加入比較表後，網站沒有適當回饋，讓使用者找不到比較表。

**一般1：**「（按了Enter）覺得應該要有反應，或告訴我下一頁或下個步驟。」

**專家3：**「我覺得我點選加入比較後，沒有明確的指示。」

▲ 首頁 > 智慧手機 > Zenfone



UI

## A-2. 比較表icon辨識困難

六位受測者中遇到問題人數： 五位



▲ 首頁右上方

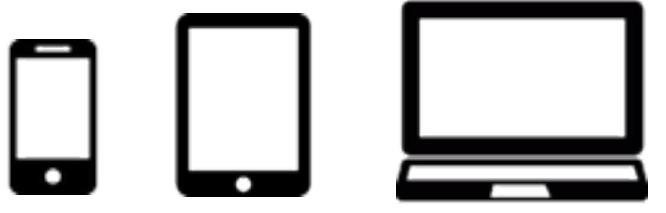
使用者無法辨識首頁右上方的比較表icon。

一般3：「我覺得他應該是格狀檢視。」

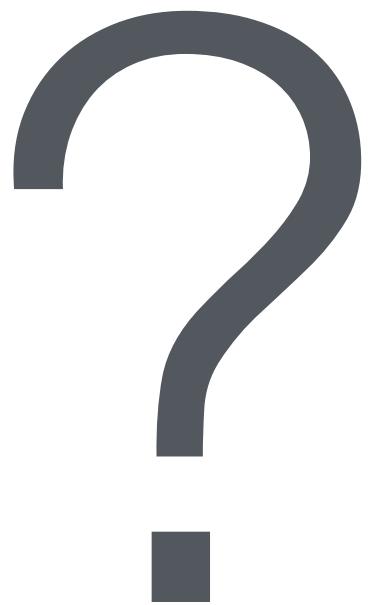
專家2：「我不覺得他會是這類用途的比較，這個icon比較沒有辨識性，其他網頁也不會這樣用。」

## A-3.使用者難從官網找到比較功能

六位受測者中遇到問題人數： 二位



|A



使用者在找尋比較功能時，常因對網站架構不熟悉，不知道產品比較功能僅在產品列表，常在點進產品頁後花了很多時間找尋，以至於難找到比較功能。

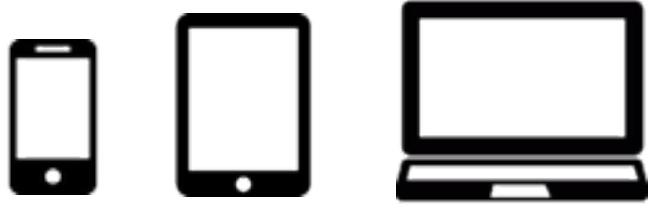
經歷過任務、第二次使用的使用者也容易忘記，

**專家1：**「我想一般人也是不知道，第一次在用的時候自己也是找了半天。」

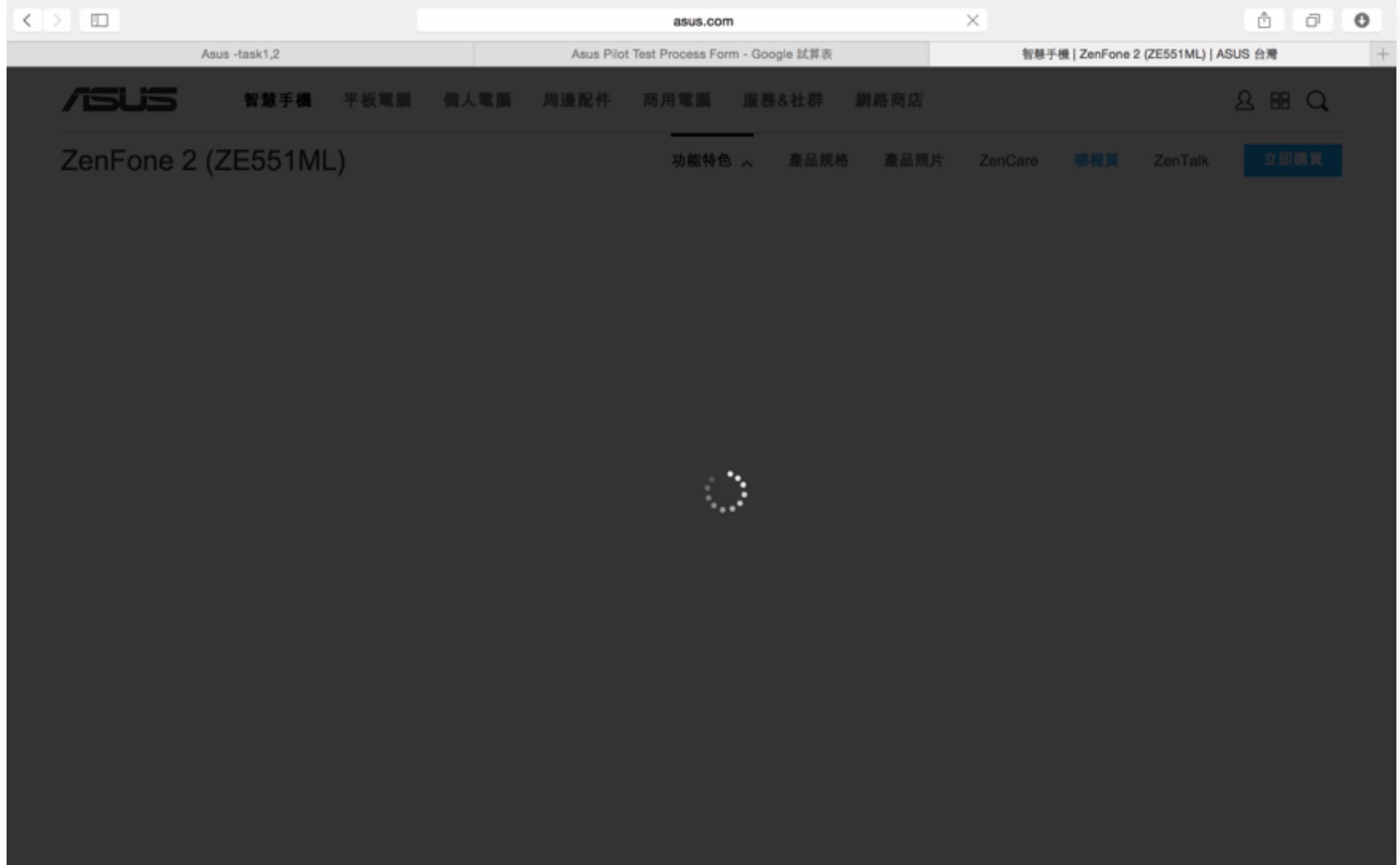
**一般x：**「我找不到比較表的功能，所以可能不會想用。」

## B. 產品介紹頁開啟速度慢

六位受測者中遇到問題人數： 三位



UI / Bug

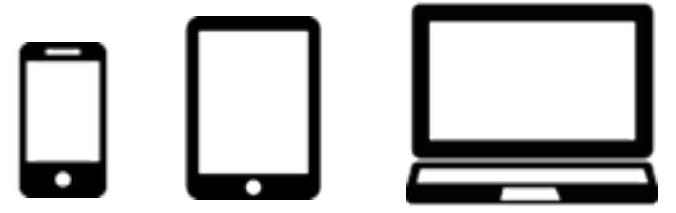


或許因頁面動畫或是圖檔大，造成產品介紹頁面開啟速度慢。

**一般1：「網頁跑很慢不知道發生什麼事？」**

▲ 首頁 > 智慧手機 > Zenfone(ZE551ML)

## C.使用者認為產品介紹頁的設計風格以及文案仍可改進



六位受測者中遇到問題人數： 二位

UI

64 位元 Intel Atom 2.3G	6430 PowerVR 533MHz	64 位元 雙通道 4GB	Cat4+ 250Mbps	Android L	60 毫秒
-----------------------------	---------------------------	---------------------	------------------	-----------	-------

一般3：「喔他的字體沒辦法接受，根本搭不起來啊」

「沒辦法讓我了解這支手機，標題聳動，但模糊焦點」

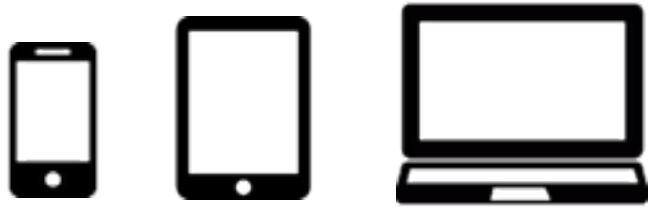
一般x：「很俗的文案...為什麼他是浴火機皇，他有被燒過嗎？」

「這個設計感，我其實看到有點驚訝。」

▲ 首頁 > 智慧手機 > Zenfone(ZE551ML)

# D. 比較表的藍白配色造成使用者難以閱讀

六位受測者中遇到問題人數： 三位



UI

產品比較表		
您選擇的產品比較如下:		
ZenFone 2 (ZE500CL)	ZenFone 2 (ZE551ML)	ZenFone 2 (ZE550ML)
平台	Android 5.0 (Lollipop)	Android 5.0 (Lollipop)
顏色	紅色/黑色/白色	黑石灰/檸檬黃
產品尺寸	148.1 x 71.5 x 10.9 ~ 3.9 mm (長x寬x高)	77.2 x 152.5 x 3.9 ~ 10.9 mm (寬x長x高)
重量	155 g (含電池)	170 g
CPU		

比較表需要細讀內容，但配色造成使用者在閱讀上感到吃力。

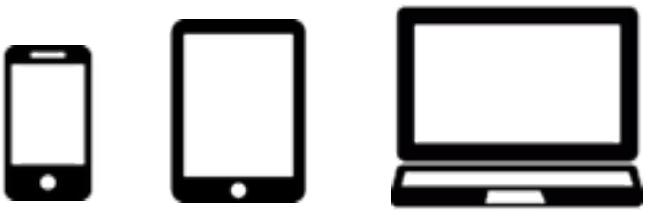
一般1：「藍色有點亮，看不是很清楚，他跟字的顏色有點像。」

一般3：「（頃身向前）字很小，配色很奇怪，不容易閱讀。」

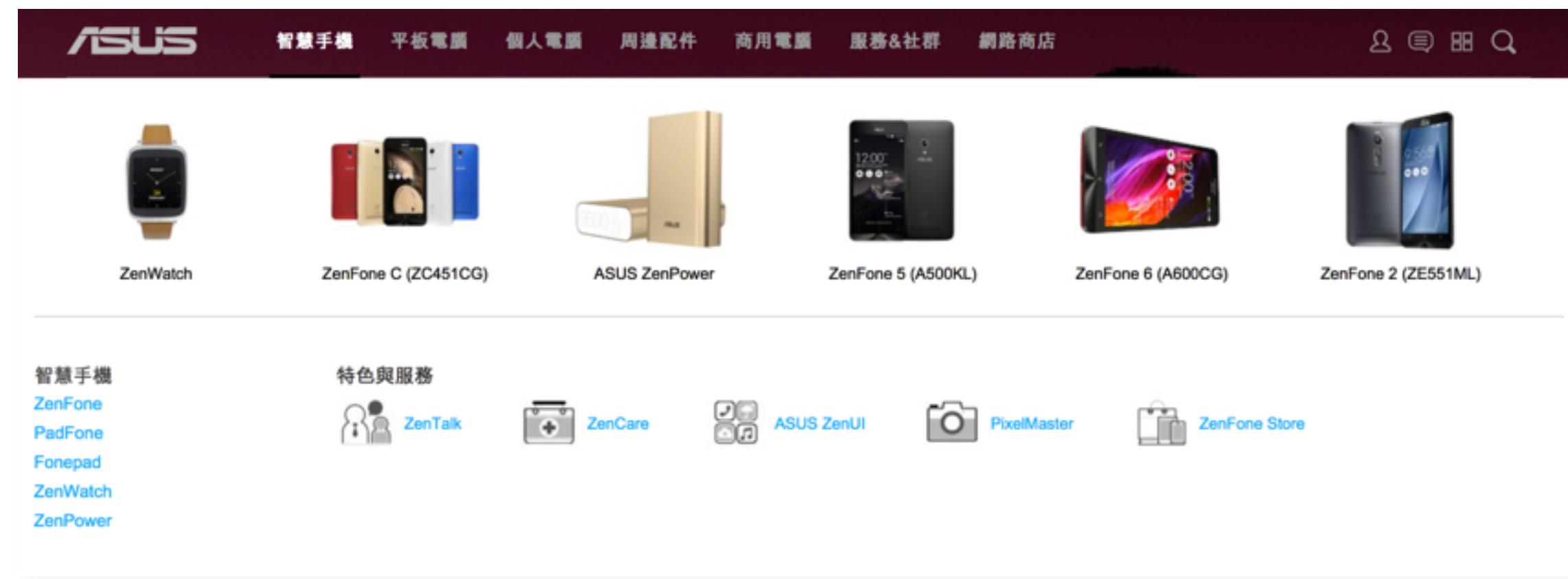
▲ 首頁>右上方比較表icon> 比較清單

## E. 首頁上方分類與內容不符，造成混淆

六位受測者中遇到問題人數： 三位



|A



The screenshot shows the ASUS website homepage. At the top, there's a dark navigation bar with the ASUS logo and links for 智慧手機, 平板電腦, 個人電腦, 周邊配件, 商用電腦, 服務&社群, and 網路商店. Below the navigation bar, there's a grid of six product images: ZenWatch, ZenFone C (ZC451CG), ASUS ZenPower, ZenFone 5 (A500KL), ZenFone 6 (A600CG), and ZenFone 2 (ZE551ML). Further down, there are sections for '智慧手機' (listing ZenFone, PadFone, Fonepad, ZenWatch, ZenPower) and '特色與服務' (listing ZenTalk, ZenCare, ASUS ZenUI, PixelMaster, ZenFone Store).

首頁的產品圖分類與標題不符，而且連結容易造成使用者混淆。

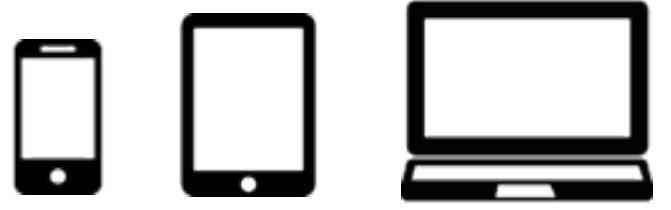
**一般2：「怎麼有些不是手機的東西都在裡面？」**

**一般3：「為什麼要個人電腦和商用電腦分開？」**

**「為什麼ZenWatch跟ZenPower會放在裡面？」**

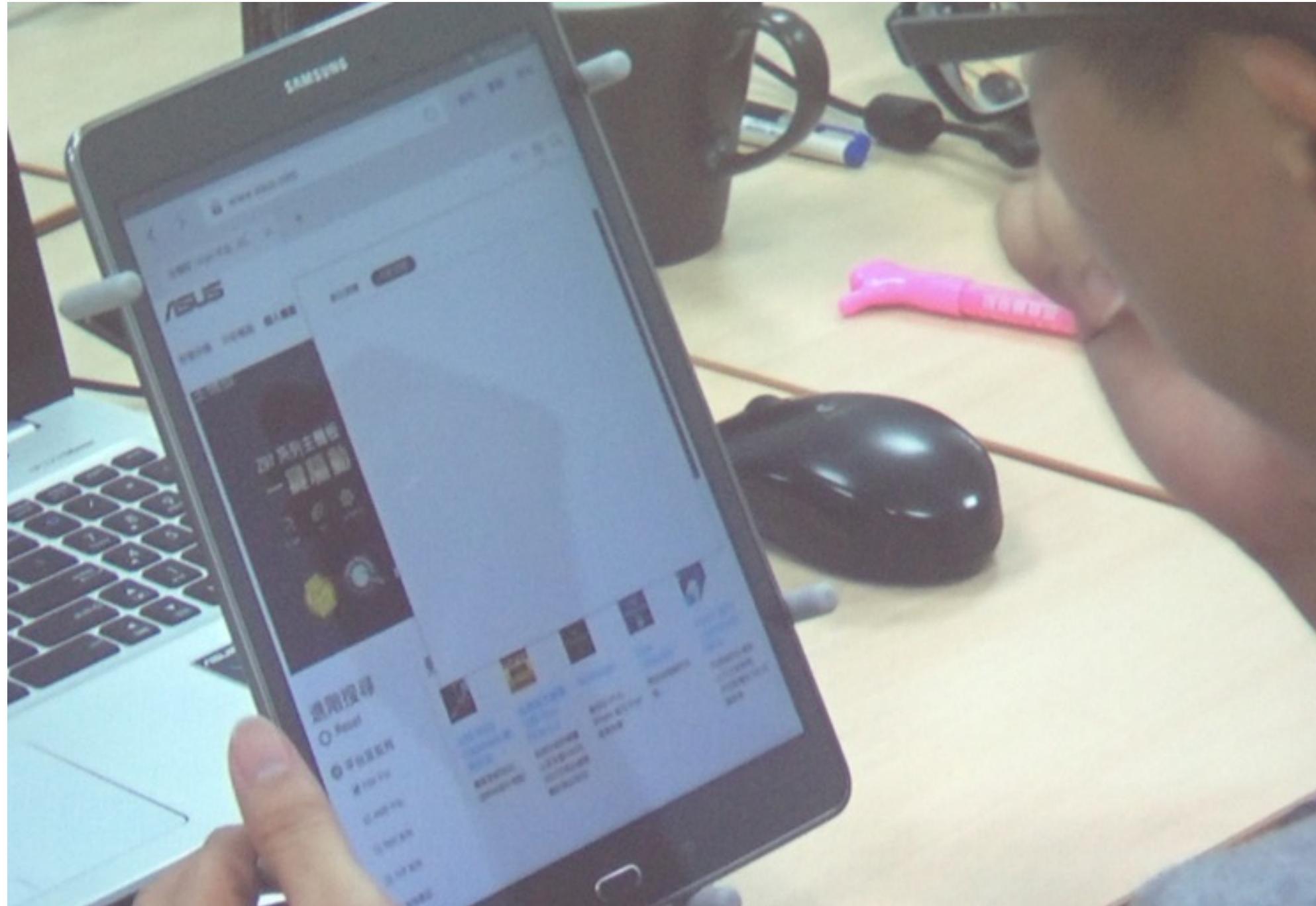
▲ 首頁 > 智慧手機

# F. 產品加入比較表之後，比較表有時無法顯示



六位受測者中遇到問題人數： 三位

Bug



比較功能不穩定，加入比較表後有以下3種情況：

- 1.順利加入
- 2.重新整理後比較表才會顯示
- 3.比較表無法顯示

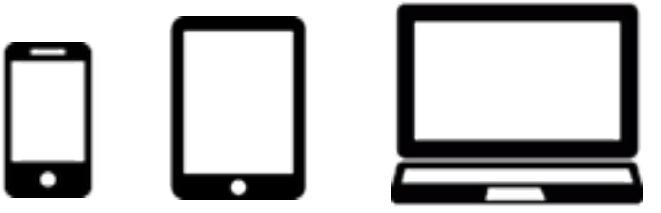
**一般3：**「我覺得太糟糕了，為什麼要重新整理才會顯示，不及時，很瞎。」

**專家x：**「我會放棄在他這邊找。」

▲ 首頁 > 比較表icon

# G. 比較表內容資料不齊全

六位受測者中遇到問題人數： 三位



UI

Asus -task1,2			Asus Pilot Test Process Form - Google 試算表			ASUS 台灣		
電池								
2500 mAh Li-Polymer (non-removable)	3000 mAh Li-Polymer (non-removable)	3000 mAh Li-Polymer (non-removable)						
待機時間								
360 小時(3G)								
通話時間								
28 小時(2G)								
網路攝影機								
正面鏡頭 200 萬畫素 背面鏡頭 自動對焦, 800 萬畫素, LED 閃光燈, F2.0 光圈 5 層鏡面模組	正面鏡頭 500 萬畫素, Fix Focus, Wide View, PixelMaster 背面鏡頭 自動對焦, 1300 萬畫素, PixelMaster	正面鏡頭 500 萬畫素, Fix Focus, Wide View, PixelMaster 背面鏡頭 1300 萬畫素, PixelMaster						
視訊功能								
影音播放: MPEG4 H.264 H.264 AVC H.263 3GP 影音錄製: MPEG-4 SP MPEG-4 ASP VP8 VP9 H.263 H.264 3GP								
音效接孔								

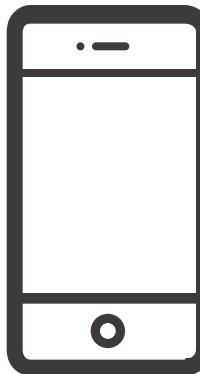
比較清單的內容資料不完全，有許多空白處，讓使用者感到懷疑，不確定這是資料漏了，還是沒有該功能，或是內容同左的意思。

一般3：「明明是比較三隻手機可是出現五個格子，這樣感覺很不細心耶！」

專家3：「有些型號下面的欄位是空白的，是因為他比較差嗎？所以沒寫嗎？」

▲ 首頁>右上方比較表icon> 比較清單

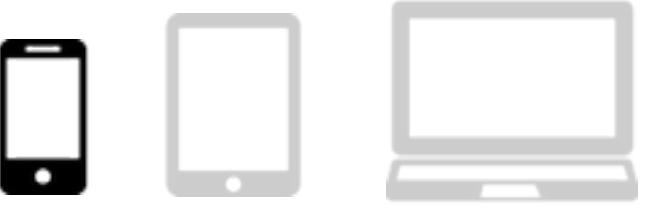
1-2



利用手機網頁

一位朋友對 Zenfone 感興趣

請向他介紹一下 Zenfone2



## H. 手機的比較頁面顯示造成閱讀困難

六位受測者中遇到問題人數： 三位

UI

CPU				
Intel® Atom™ Z2560 (1.6 GHz)	Intel® Atom™ Quad Core Z35	Intel® Atom™ Quad Core Z35		
z ) 80 (2.3 GHz), PowerVR G6430, with OpenG L 3.0 support Intel® Atom™ Quad Core Z35 60 (1.8 GHz), PowerVR G6430, with OpenG L 3.0 support	80 (2.3 GHz), PowerVR G6430, with OpenG L 3.0 support Intel® Atom™ Quad Core Z35 60 (1.8 GHz), PowerVR G6430, with OpenG L 3.0 support	60 (1.8 GHz), PowerVR G6430, with OpenG L 3.0 support Intel® Atom™ Quad Core Z35 60 (1.8 GHz), PowerVR G6430, with OpenG L 3.0 support		

行動裝置上的比較清單內文字因頁面變窄後難以閱讀。

一般x：「（我覺得這一串很長，他為了適應手機大小，我就要一直上下滑」

專家2：「把所有文字變得很擠，所以選項單變得很長，蠻難找到東西的。」

▲ 首頁>比較清單

# 任務1-1 1-2小結 Question & Behavior Observation

## 問題重點

### 1-1 1-2 比較產品 .....

#### Mainsite

Interaction

A. 按了比較表之後沒有提示，使用者不知道比較表在什麼地方

IA

F. 產品分類中的產品不夠明確，如智慧手機的分類中有手錶、行動電源

IA

G. 產品加入比較表後，比較表有時候無法顯示

## 行為觀察

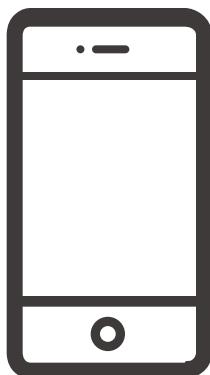
- 部分使用者表示並不會在官網進行比較，因為比較的目的是比較不同品牌的產品。

一般1：「比較手機的時候不會跟同一家比，應該是同時比較很多個，不會指定要買某一家的產品。」

- 部分使用者希望在比較表內看到價格。

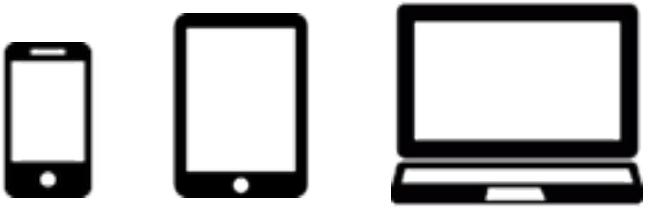
專家3：「我會先看價格，但是似乎沒有價格的資訊。」

1-3



利用手機網頁

請從官網上找到最近的門市通路



# I.使用者無法在服務與社群中找到門市資訊

六位受測者中遇到問題人數：三位

IA

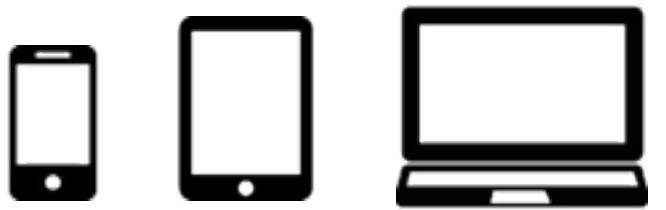
使用者幾乎都直觀地預期通路資訊該放在「服務 & 社群」頁面中，但卻無法在SUP頁面中找到。

## 一般2：「我的認知是應該在頁面最下方」

**專家1：**「服務通路應該要放在服務裡面，可是點進去裡面之後沒有看到，反而都是客服連結，可能要點更多之後才能找到。」

**專家2：**「（回到最上方點menu）應該是"服務 & 社群"該要出現通路資訊...但好像沒有。」

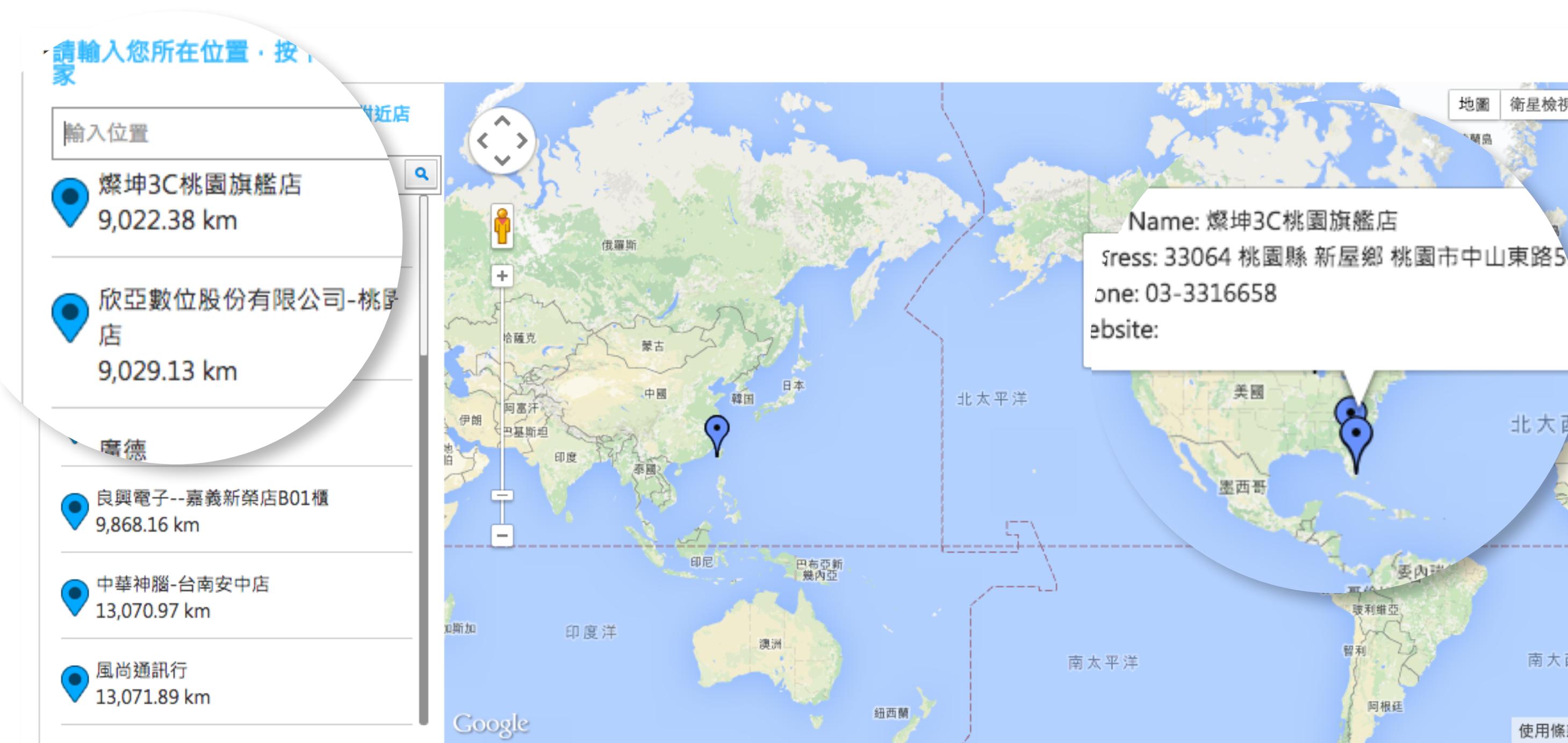
▲ 主頁 > 服務&社群



## J. 「店家搜尋」頁的初始店家資訊讓使用者困惑

六位受測者中遇到問題人數： 二位

Bug

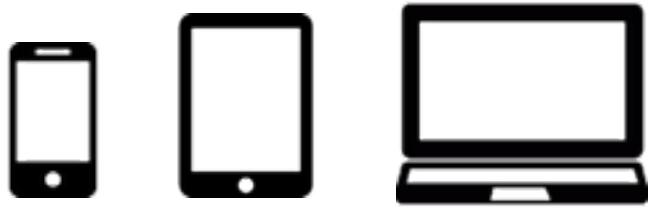


使用者進入店家搜尋主頁後，會發現剛開始跳出來的店家資訊很奇怪，如桃園旗艦店可能跑去美西，且距離九萬多公里等，因而產生困惑。

**一般1：「(距離) 9000多公里，誰會跑去那裡買啊！」**

**一般3：「他好國際化，桃園旗艦店在美國欸!!」**

▲ 主頁 > 產品頁 > 哪裡買 > 店家搜尋



## K.店家搜尋中「輸入位置」提示不明確

六位受測者中遇到問題人數： 三位

IA-Content

點擊店家搜尋之Search bar後，使用者一時之間會不知道該輸入什麼關鍵字或位置資訊。

**一般2：**「不知道他要我輸入什麼 是要打縣市 還是地區？它（網頁）沒有給我提示。」

**專家2：**「覺得要打字（輸入完整地址）超級麻煩。」

▲ 主頁 > 產品頁 > 哪裡買 > 店家搜尋



Interaction

## L.點擊「店家搜尋結果」沒有反應 (看不到下方地圖的變化)

六位受測者中遇到問題人數： 三位

ZenWatch (WI500Q)

請輸入您所在位置，按下搜尋鈕找尋附近店家

台灣公館夜市

-  神腦國際汀洲店  
0.12 km
-  中華神腦-台北羅斯福店  
0.18 km
-  台灣之星電信股份有限公司-台北羅斯福  
0.18 km
-  中華神腦-台北羅斯福2店  
0.29 km
-  錦通通信-中正汀洲店  
0.47 km
-  華克電腦有限公司-華克(MUST3C福利社)

使用者預期直接點擊店家名稱就可以自動跳出地圖及詳細資訊，但點擊只有變成藍色，看不到下方地圖資訊，而被卡在商家列表頁面。

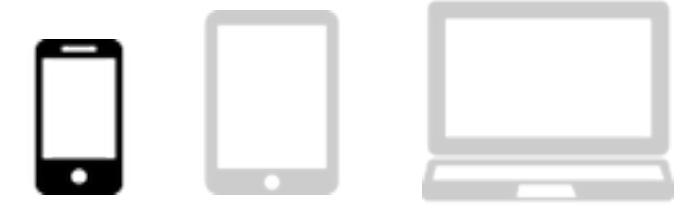
一般1：「應該是壞了吧？」

一般3：「我以為會有google map跳出來，怎麼沒有？網路有問題？還是手機壞掉了？」

「我覺得他程式沒有做完耶，他有告訴你距離，但是沒告訴你怎麼去。」

「我覺得剛剛點店家的時候（要）會自己跳到地圖，然後點個icon再回去剛剛那邊（店家列表）」

專家2：「重複第三次點了通路，可是也不知道到底在做什麼？」



Layout

# M.選單介面的佈局讓使用者不易向下滑動，而無法找到地圖資訊。

六位受測者中遇到問題人數： 四位



一般3：「我以為地圖會藏在左右」

專家1：「我想要看地圖，可是手機好像當掉沒有反應。」

專家2：（找不到地圖時）「可是我剛才已經滑到最下面了。」

「（意外滑下去之後才說）哦看到了！」

專家3：「拉bar（捲軸）方向不一樣，有些往上有些往下？」



Layout

## N. 地圖介面佈局讓使用者無法輕易向下滑動，而被困在地圖資訊。

六位受測者中遇到問題人數： 三位



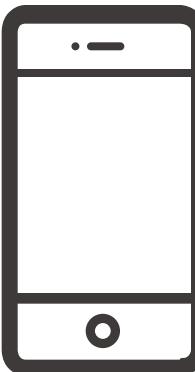
**一般3：**「我是想要拖曳（頁面）畫面上下，但不是（滑動）地圖」

「我覺得剛剛點店家的時候（要）會自己跳到地圖，然後點個icon再回去剛剛那邊（店家列表）」

**專家2：**「把（地圖）拖拉選項放到整個頁面，很難處理。」

**專家3：**「發生什麼事？」

1-4



利用手機網頁

請從官網查 Zenfone ZE551ML 新品的定價

# O. 產品圖片不可點擊

六位受測者中遇到問題人數： 二位



UI

Bug



▲ 首頁>智慧手機>Zenfone系列頁

專家2：「論壇裡通常都是以圖片作為更詳細的資訊連結，所以習慣點圖片看有沒有其他東西出來。」

一般3：「我剛剛點圖片沒有反應，我覺得我的受挫折忍耐力還蠻高的，因為現在有很多太不好的UI了，我們被迫要適應，但我覺得一般會點圖片。」

# 任務1-3 1-4小結 Question & Behavior Observation

## 問題重點

### 1-3 找實店 .....

#### Mainsite

- Interaction L. 點擊「店家搜尋結果」沒有回饋，使用者不知該去哪找進一步的資訊而困惑
- Layout M. 行動裝置上，「哪裏買」地圖UI的問題（無法滑到地圖）
- Layout N. 行動裝置上，「哪裏買」地圖UI的問題（無法離開地圖）

## 行為觀察

### 1-4 找價錢 .....

- 部分使用者不預期在官網找到新品定價，也有一部分使用者認為官網提供定價會方便他們決策。  
專家1：「定價都是從新聞稿或是論壇上面得知的，而不是在官網上找。過去經驗是在官網上找不到正品。」

- 使用者對福利品的認知：會員專屬優惠、展示品等。  
一般2：「原本認知的福利品是有小瑕疵但是不影響功能，並用來促銷。」

## TASK TWO

請利用華碩官方的線上服務  
購買指定產品

# Customer Journey Map

- 紅色：使用者情緒痛點，容易造成構成任務流程中斷的重大問題
- 黃色：使用者需嘗試錯誤或找尋替代方法才能解決的問題，建議修改
- 綠色：嚴重性不大的問題，改了會幫體驗加分

購買中



2-1

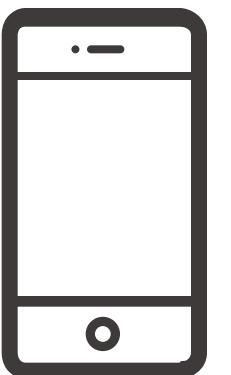


利用電腦網頁

分享一下正在使用的筆記型電腦

並在官方網站上選擇一台相似的筆電並在官方商店上下單

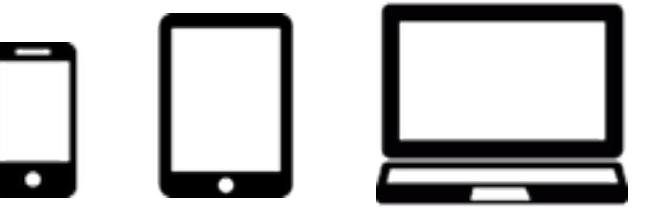
2-2



利用手機網頁

於官方網頁下單 Zenfone4 A400CG 白色新品

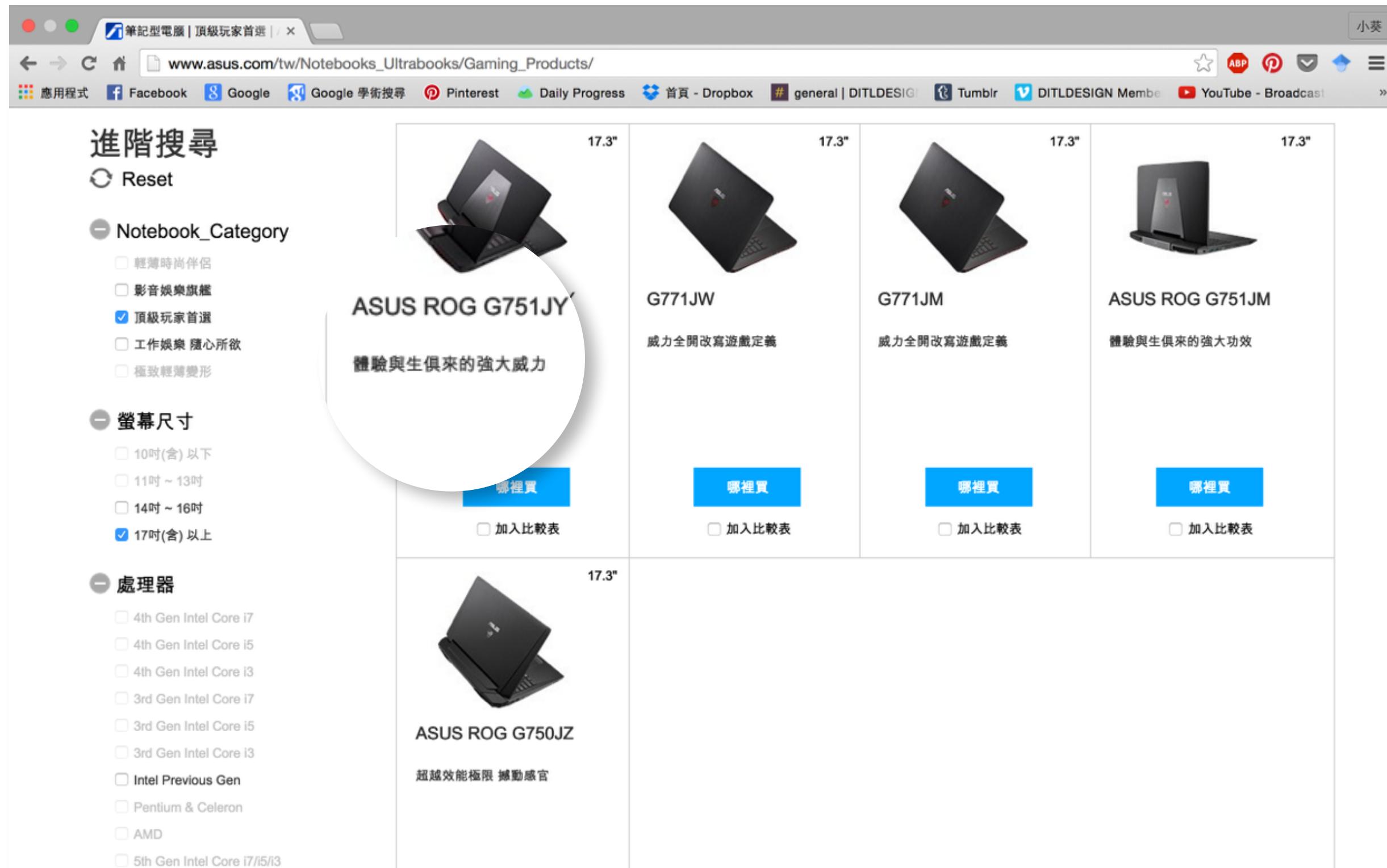
並確認訂單成立



IA-Content

# A. 產品下方的文字無法幫助使用者立即看出產品特色及規格

六位受測者中遇到問題人數： 二位



**ASUS ROG G751JY**  
體驗與生俱來的強大威力

哪裡買  
加入比較表

G771JW  
威力全開改寫遊戲定義

G771JM  
威力全開改寫遊戲定義

ASUS ROG G751JM  
體驗與生俱來的強大功效

哪裡買  
加入比較表

ASUS ROG G750JZ  
超越效能極限 擬動感官

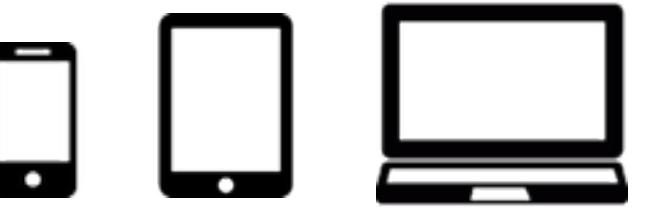
哪裡買  
加入比較表

▲ Main Site > 個人電腦 > 產品列表

因產品種類多、相似度高，在產品列表中，產品下方的標語無法立即看出產品特色及規格。

**專家1：**「筆記型電腦只有標語，所以只有名稱的話就不清楚到底裡面有什麼。」

**一般3：**「有些標語看一看還蠻有趣的，但標語沒有講到主要功能是什麼，還有重複的，感覺有點偷懶，而且光看型號無法看到差別在哪。」



## B.台灣地區官網，產品介紹卻是英文

六位受測者中遇到問題人數： 二位

IA-Content

**Supreme gaming laptop with NVIDIA® G-SYNC™ technology**

ROG G751JT/JY now feature NVIDIA® G-SYNC™ display technology! Thanks to close cooperation between the ASUS display R & D team and NVIDIA®, G751JT/JY includes built-in G-SYNC™ to synchronize the display's refresh rate with the NVIDIA® GTX™ GPU for ultra-smooth visuals. G-SYNC™ helps avoid lag, minimizes frame-rate stutter, and eliminates visual tearing. It delivers the smoothest and fastest gaming graphics — all without affecting system performance!

**G-SYNC ON**      **G-SYNC OFF**

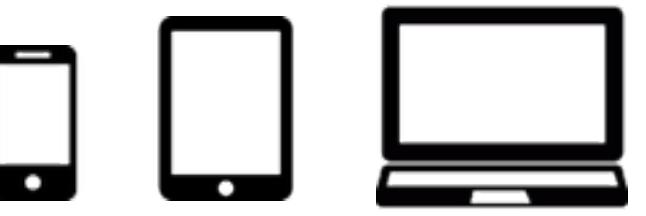
Reduce Stutter    No Tearing    Less Lag

NVIDIA G-SYNC

\*Disclaimer: This offer may vary by different period, countries, models and specs. Please check with your supplier for exact offers. This offer may not be available in all markets.

**一般3：**「應該是他拿了國外的資訊，直接複製貼上，就覺得很懶惰，而且明明是台灣公司卻用英文，感覺不尊重自己國家購買者」

▲ Main Site > 個人電腦 > 頂級玩家首選> ROG G751JY



UI

## C. 黑背景與紅色「哪裡買」對比不明顯

六位受測者中遇到問題人數： 一位

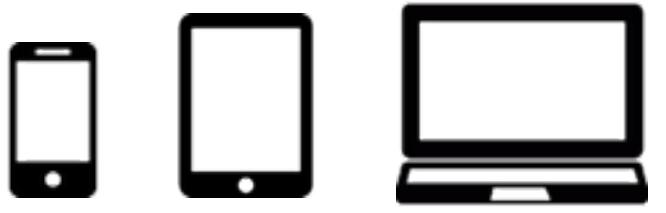


原本藍色的「哪裡買」在黑背景下變成紅色，  
對比不明顯，導致看不清楚。

**一般3：「哪裡買變紅色的！」**

▲ Main Site > 個人電腦 > 頂級玩家首選> ROG G751JY

# D.使用者無法在官網分辨出哪些產品有在Store販售



六位受測者中遇到問題人數： 一位

IA

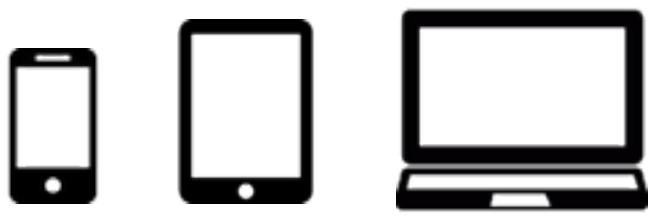


▲ Store

使用者在官網第一時間分辨不出哪些產品可以在Store購買，進入Store才發現買不到，會讓使用者感到失望。

**一般3：**「覺得不是主打？還是缺貨？可是這樣就消失很不負責任，不夠統一。」

# E. 無法立即分辨「哪裡買」、「立即購買」的差異



六位受測者中遇到問題人數：一位

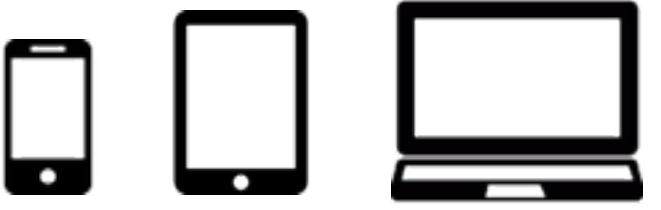
IA-Content



▲ Main Site > 智慧手機 > Zenfone> 產品頁面

「哪裡買」與「立即購買」的差異不明顯，且有些頁面兩者都有，有些只有「哪裡買」。

有的使用者認為「哪裡買」中應該也要包含線上購物的管道。



## F.點擊「立即購買」後，出現找不到網頁提示， 但使用者不知道下架了或是網頁失靈

IA-Content

六位受測者中遇到問題人數： 一位

抱歉，找不到網頁了

- 商品目前已下架或暫不販售，歡迎選購其他商品
- 此網頁可能暫時出現故障
- 抱歉，找不到網頁了

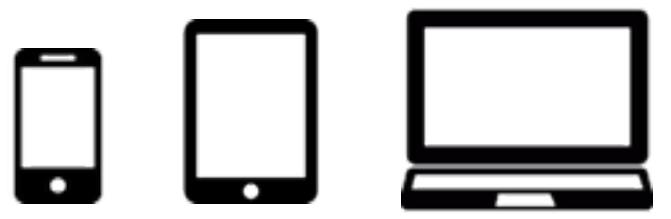
[回首頁](#)

目前找不到網頁提示包含了多種可能，讓使用者無法確定真正問題而感到困惑。

一般3：「（傻眼的表情）我覺得他停產了」

▲ Main Site > 智慧手機 > Zenfone> Zenfone4> 產品頁面> 立即購買> Store

# G. 在產品頁面點選立即購買，最先顯示的卻是配件



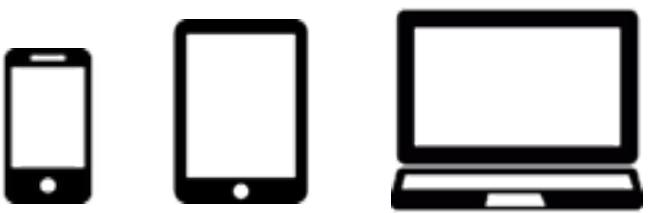
六位受測者中遇到問題人數： 一位

|A

The screenshot shows the ASUS website's product page for the ZenFone 2 (ZE550ML). At the top, there are navigation links for various product categories like '智慧手機', '平板電腦', and '個人電腦'. A prominent '立即購買' (Buy Now) button is located in the top right corner of the main content area. Below this, the 'Store' section is displayed, featuring three different colored protective cases (blue, orange, and yellow) for the phone. Each case is labeled with its name and price (NT\$299) and includes a quantity selector and an '加入購物車' (Add to Cart) button.

在指定產品的產品頁面中，點選「立即購買」，即進入Store頁面，但是最先出現的卻是該產品的「配件」，而非產品本身。

▲ Main Site > 智慧手機 > Zenfone> Zenfone2> 產品頁面> 立即購買> Store



## H.到了Store後，點選Asus標誌無法回到官網

六位受測者中遇到問題人數： 二位

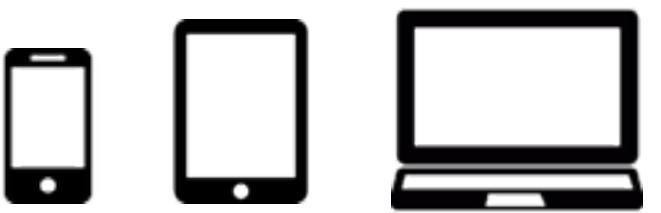
IA

▲ Main Site

▲ Store

即使到了Store會另開新分頁，使用者也認為點選上方ASUS Logo可以回到官網首頁。

一般3：「我回不去官網了！有一種被斷後路的感覺」



# I. 官網與Store的目錄相似度高，不易分辨

六位受測者中遇到問題人數： 一位

IA

The image shows two screenshots side-by-side. On the left is the 'Main Site' (ASUS official website), featuring a large banner for the Zenfone 2 smartphone. The top navigation bar includes links for '智慧手機', '平板電腦', '個人電腦', '周邊配件', '商用電腦', '服務&社群', and '網路商店'. Below the banner, there's a headline for the Zenfone 2, its price (\$8,990), and a large image of a Tyrannosaurus Rex. On the right is the 'Store' (ASUS online store), which has a similar top navigation bar. The main content area also features the Zenfone 2 and the same T-Rex image, with the price '\$8,990' visible. A URL 'store.asus.com/tw/category/A30270' is at the bottom of the store screenshot.

▲ Main Site

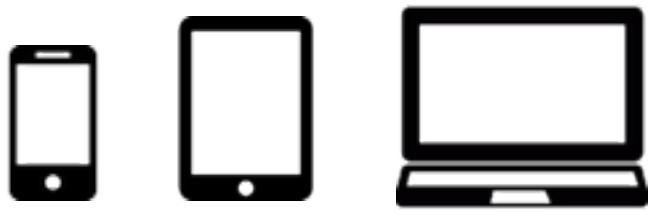
▲ Store

使用者因為上方目錄相似度高，沒注意到身處Store的分類有改變，誤以為Store上面選單跟官網是一樣的。

一般3：「他的邏輯好奇怪，本來是我認為的東西，本來是我以為的功能，但配置沒有差太多，我看不出來，以為是官網。」

# J.成功加入購物車的回饋不明顯

六位受測者中遇到問題人數： 二位



Interaction

ZenFone 2 系列 智慧手機 平板電腦 個人電腦 周邊配件 New ! 福利品專區

請輸入商品名稱

**Store** 註冊 登入 查訂單 帳戶  購物車

**ASUS ZenFone 2 ZE551ML 5.5吋 FHD 旗艦款 4G LTE 手機 (4G/32G) - 灰色**

4G LTE

顏色：

網路價： NT\$8,990

- 1 +

▲ Store> 商品頁面

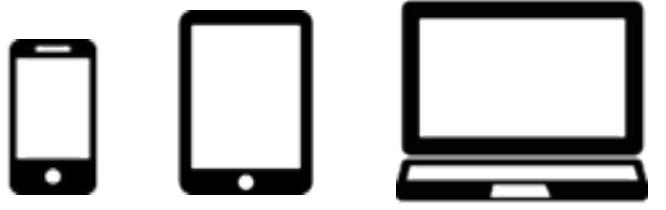
加入購物車的回饋提示一閃即逝，不夠明確，使用者不確定有沒有完成，直到發現購物車上的數字有變化。

**一般1：**「加入購物車？哦哦哦右上角跳了個1，想說他怎麼沒有反應」

**一般2：**「點選了兩次加入購物車，因未發現他沒有反應，後來往上滑才發現已經在購物車裡了。」

## K. 購物車功能不穩定

六位受測者中遇到問題人數： 三位



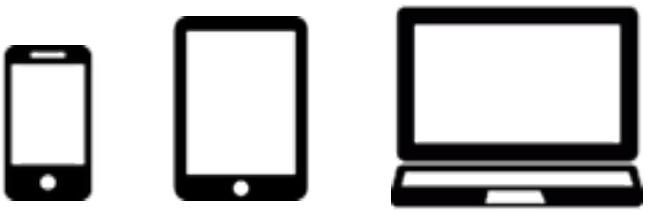
Bug



但購物車上的數字容易出現錯誤，例如加入後數字仍為0，重新整理後才有數字。或購物車上顯示1，但點選後裏面並沒有商品。

**一般3：**「點選了兩次加入購物車，可是購物車裡面還是0，該不會要登入吧？」

▲ Store > 商品頁面



# L-1. 購物流程遇到迴圈，下單失敗 (7/1前)

六位受測者中遇到問題人數： 四位

Bug

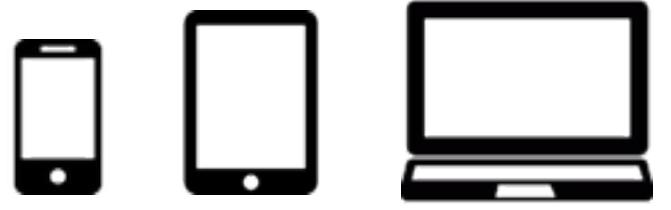
PC/

六個受測者中有三個人遇到下單失敗的情況，系統並沒有說明下單失敗的原因。

Mobile/

六個受測者中有四個人遇到下單失敗的情況，其中一人換瀏覽器後成功，系統並沒有說明下單失敗的原因。

## L-2. 下單失敗，並未告知失敗原因 (7/1改版後)



六位受測者中遇到問題人數： 二位

IA-Content

The screenshot shows a web page from the ASUS Store. At the top left is the ASUS logo. At the top right is a blue link labeled "回ASUS Store". Below the logo, a message says "很抱歉，您尚未訂購成功！". Inside a light gray box, there is an error message: "目前部分資料有問題，無法訂購！" followed by "我們已經取消您的訂單，造成您的不便請見諒。". At the bottom of the page, there is a button labeled "回 ASUS Store 再選購". At the very bottom, a small note says "ASUS Store使用 uitox 金物流服務".

▲ 結帳>送貨方式>購買人資訊

# 任務2-1 2-2小結 Question & Behavior Observation

## 問題重點

### 2-1 2-2 下單購買產品 .....

#### Mainsite

IA

E. 使用者無法區分「哪裡買」跟「立即購買」的差別

#### EC

IA

D. 使用者無法在官網分辨出哪些產品有在Store販售

IA-C

F. 點擊「立即購買」後，卻發現找不到網頁，使用者不知道下架了或是網頁失靈

IA

G. 從產品頁進入「立即購買」後，最先顯示的不是產品，而是配件

Bug

K. 購物車不穩定，購物車上的數字容易出問題

IA-C

L. 購物流程遇到迴圈，下單失敗，並未告知失敗原因

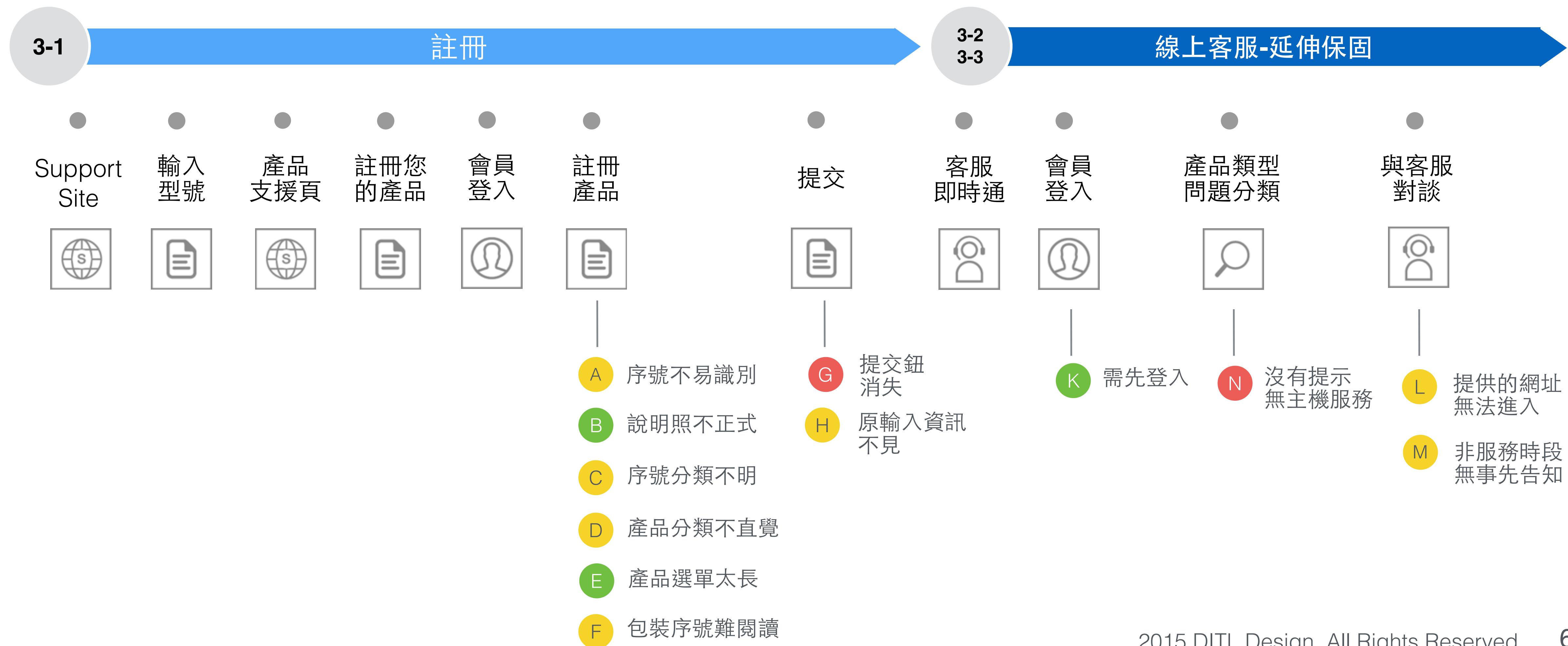
## TASK THREE

註冊新買的華碩產品  
並瞭解保固內容

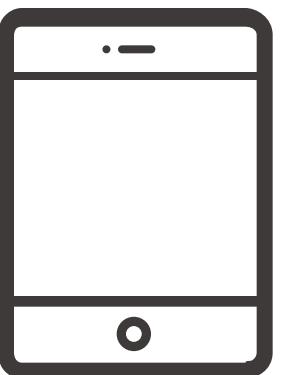
# Customer Journey Map

- 紅色：使用者情緒痛點，容易造成構成任務流程中斷的重大問題
- 黃色：使用者需嘗試錯誤或找尋替代方法才能解決的問題，建議修改
- 綠色：嚴重性不大的問題，改了會幫體驗加分

購買後



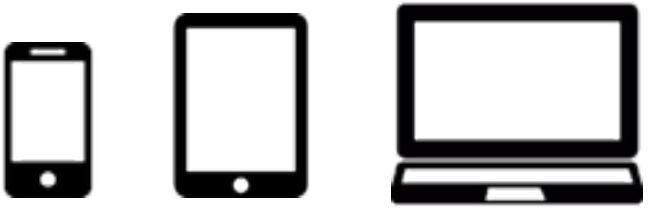
3-1



利用平板網頁

在華碩官網上

註冊指定的商品



# A. 產品序號說明頁分類不明顯，無法快速找到特定產品

六位受測者中遇到問題人數： 二位

UI

## 如何找到產品序號？

All product type as follow :

**Motherboard**



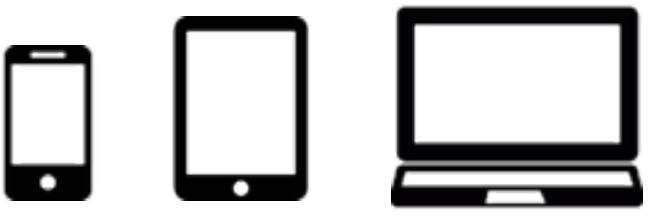
- 請查看主機板正面或背面上的貼紙，貼紙上條型碼下面之一組數字即為您的產品序號。

產品序號的說明頁的分類不明顯，且無法選擇想找的產品類別，使用上不直覺。

**一般2：**「他應該要有幾個大選項可以點吧？」

**專家1：**「假如收合起來的話，一眼就看出分類在哪，點了再展開會比較好，要一直上下滑動才找不到，不大開心。」

▲ 首頁>會員中心>產品註冊>如何識別產品序號



## B. 識別產品序號的說明照片不正式

六位受測者中遇到問題人數： 一位

UI

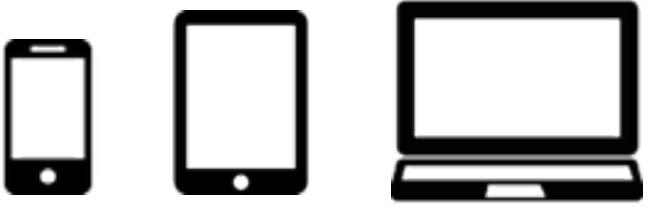


如何識別產品序號的說明照片解析度不足，無法清楚理解序號位置，照片整體不正式。

**一般2：「這根本就是一般人用手機拍的照片」**

▲ 首頁>會員中心>產品註冊>如何識別產品序號

# C. 產品序號頁中手機的名稱敘述不明 (名稱為「手持產品配件」)



IA-Content

六位受測者中遇到問題人數： 一位

**手持產品配件**

- 方法一：請將攤台拿起並確認底部是否有相關產品資訊，SN後號碼即為您的產品序號。

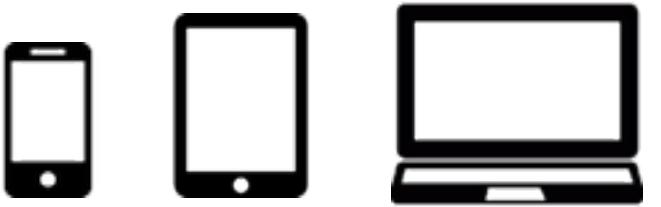
**Graphics Card**

- 請查看顯示卡背面上的貼紙，貼紙上條型碼下面之一組數字即為您的產品序號。

產品序號說明頁中屬於手機照片的部分，名稱讓使用者困惑是否有屬於手機的說明。

**專家2：**「頁面中似乎沒有專門說明手機序號的分類，只能從其他的分類資訊中找到可能的資訊去了解」

▲ 首頁>會員中心>產品註冊>如何識別產品序號



IA

## D. 產品類型的分類不符合使用者直覺 (如：智慧型手機和ZenFone)

六位受測者中遇到問題人數： 二位

\* 產品序號: 例如: A89148U2/549264

如何識別產品序號?

\* 產品類型: 筆記型電腦

\* 產品名稱: 筆記型電腦

\* 使用方式: 光碟機/燒錄機

\* 購買商家: PadFone

商家地址:

商家電話:

\* 購買日期: Smart Home

ZenFone

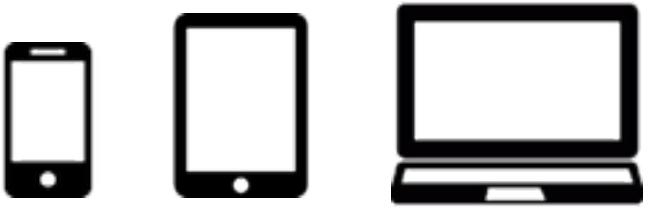
欲註冊Zenfone的使用者若在「產品類型」的選單中點選「智慧型手機」，就無法在下個選擇「產品名稱」時找到正確的產品名稱，回「產品類型」檢查才發現在最下面還有「ZenFone」的選項，引起使用者疑惑。

### 一般3: 「唉他不是手機嗎？我找不到他的產品型號」

「唉，我覺得這有點超出我的預期，他們最熱門的Zenfone居然放在下單的最後，不能幫使用者想一下嗎？」

「覺得用智慧型手機會比較好，比Zenfone好，大家對熟悉度不高，我覺得註冊應該要讓大家迅速，不是還要思考。」

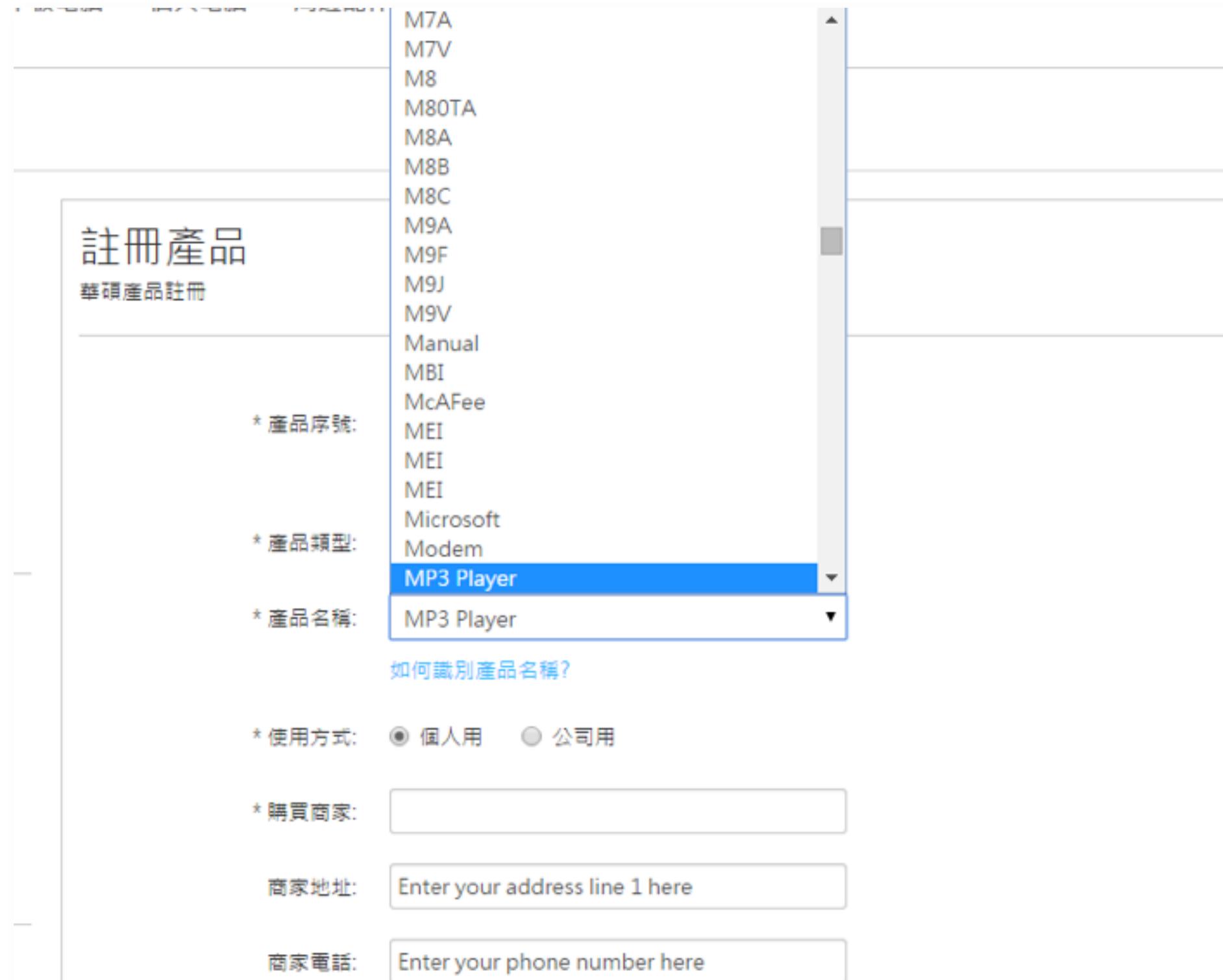
▲ 首頁>會員中心>產品註冊



## E. 產品名稱選單太長，無法快速找到想看的產品

六位受測者中遇到問題人數： 三位

IA-Content



The screenshot shows a product registration form with a dropdown menu for 'Product Name'. The menu is very long and lists numerous items, including M7A, M7V, M8, M80TA, M8A, M8B, M8C, M9A, M9F, M9J, M9V, Manual, MBI, McAfee, MEI, Microsoft, Modem, and MP3 Player. The 'MP3 Player' option is highlighted with a blue selection bar.

**註冊產品**  
華碩產品註冊

\* 產品序號:

\* 產品類型:

\* 產品名稱:

如何識別產品名稱?

\* 使用方式:  個人用  公司用

\* 購買商家: \_\_\_\_\_

商家地址: Enter your address line 1 here

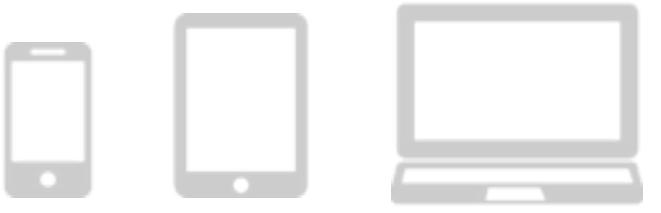
商家電話: Enter your phone number here

「產品名稱」選單依照英文字母排列，篩選後仍有許多產品，且出現似乎不是同個產品類型的產品，令使用者感到困惑。

**一般1:** 「我滑這麼久才在a，我要滑幾百年才到n阿」  
 「我都已經選擇產品類行了，結果最後還給我出現MP3  
 那到底幹嘛要點產品類型」

**專家3:** 「應該可以再細一點吧，可以先有個子欄位，在  
 讓我去選其他的」

▲ 首頁>會員中心>產品註冊



## F. 產品盒序號的字體不易識別，易讀錯

六位受測者中遇到問題人數： 三位



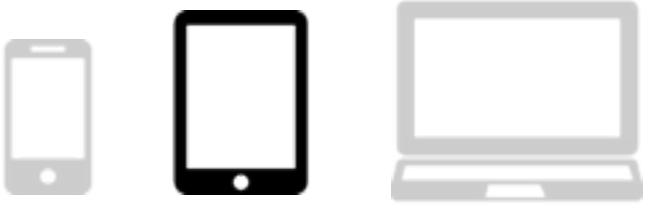
▲ 線下產品盒

雖然網站註冊區有提示使用者如何分辨產品註冊的字母，但網站提供的字體和產品盒上的字體不同，實際幫助不大。

**一般1：**「序號錯誤 WTF，可能是只能用大寫，我打成小寫，再打一次」

**一般3：**「他的Q和G不太明顯」「我覺得這樣的方式很麻煩，現在科技這麼發達，應該要提供一組QRCode，直接拍照掃描」

**專家1：**「辨別o/o的提示完全沒有幫助，但加斜線就幫助很大」



## G. 註冊頁的提交鈕有時會消失，無法提交

六位受測者中遇到問題人數： 三位

Bug

如何識別產品名稱?

\* 使用方式:  個人用  公司用

\* 購買商家: Asus

商家地址:

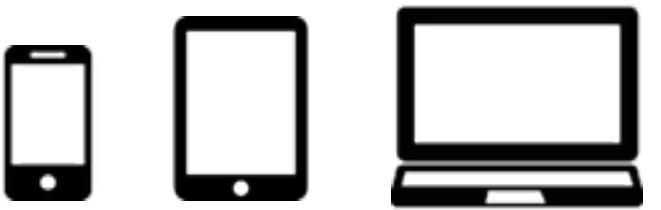
商家電話:

\* 購買日期: 2011/08/20

**專家2:**「註冊的提交扭不見了！」

**專家3:**「下面都一樣，不過網頁好像怪怪的，提交不見了」

▲ 首頁>會員中心>產品註冊



# H.如果更改序號，原先填寫好的資料會不見

六位受測者中遇到問題人數：一位

Bug

The screenshot shows the ASUS member center product registration page. The main content area is titled '註冊產品' (Register Product) and contains several required fields:

- \* 產品序號: (Input field with placeholder '例如: A89148027549264')
- \* 產品類型: (Select dropdown menu)
- \* 產品名稱: (Select dropdown menu)
- \* 使用方式: (Radio button group: 個人用 (selected) or 公司用)
- \* 購買商家: (Input field)
- 商家地址: (Input field)
- 商家電話: (Input field)
- \* 購買日期: (Input field with placeholder '例如: 2012/12/31')

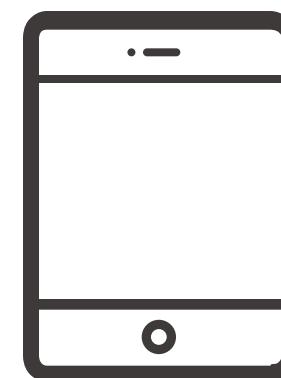
The sidebar on the left includes sections for 'my Account' (Account Settings, Password Change, Account Transfer, Friends, Message, Activity), 'my Support' (Product Registration, Extended Service, Royal Service, Technical Support, Contact Us), and 'my Forum' (My Posts, Topic List, New Topic).

表單系統不會紀錄使用者填過的資料，若重新輸入，需重覆填寫相同資訊。

**專家3：「因為refresh之後序號會被洗掉，所以這次先從產品類型開始」**

▲ 首頁>會員中心>產品註冊

3-2

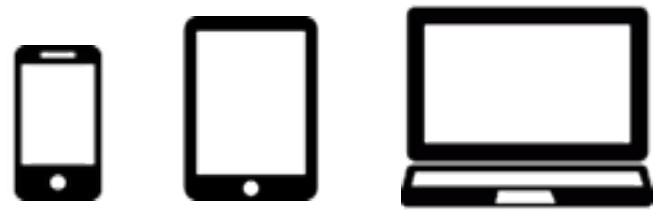


利用平板網頁

查詢產品保固延伸資訊

譬如：價錢、時間、福利...

# I. 註冊後點擊下方「華碩延伸保固」，進到福利品頁 (7/1前)



六位受測者中遇到問題人數： 五位

IA  
Flow

點選華碩延伸保固後，會直接進到福利品頁面，讓使用者認為操作錯誤而離開，並沒注意到上方有延伸保固的選項。

**一般1：**「這些不是我要的資訊，說不定是我按錯。」

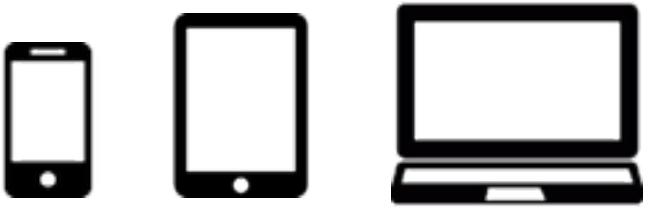
**一般2：**「點選”華碩延伸保固“應該要直接跳到筆電延伸保固的購買頁面，而不是重新選擇。」

**專家1：**「官方網站早就該整合起來，新品找不到，一直進到福利品頁面，google搜尋到新品網站卻又沒有福利品或者是保固加購。」

**專家2：**「為什麼會進到商品頁面來？」

**專家3：**「這跟我預期的不一樣，怎麼進到商品頁了？」

▲ 首頁>會員中心>產品註冊>已註冊產品>福利品頁



## J.點擊「延伸保固服務說明」後跑到支援網頁

六位受測者中遇到問題人數： 一位

IA  
Flow

點選延伸保固服務說明後直接跳到支援網頁，不是使用者預想的說明網站，讓人困惑。

一般3: 「延伸保固說明出來的頁面也是支援,明明是連接一樣的網頁卻分兩項」

「唉？我點的這兩個按鈕怎麼進入同一個頁面？我覺得他沒有做完」

「我沒有預想到，我要查個說明，還要輸入我的產品型號，說明不是很一般的東西嗎？」

▲ 首頁>會員中心>已註冊產品>延伸保固服務說明>支援頁

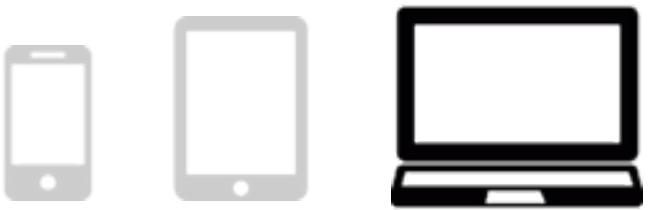
3-3



利用電腦網頁

聯繫華碩的線上客服

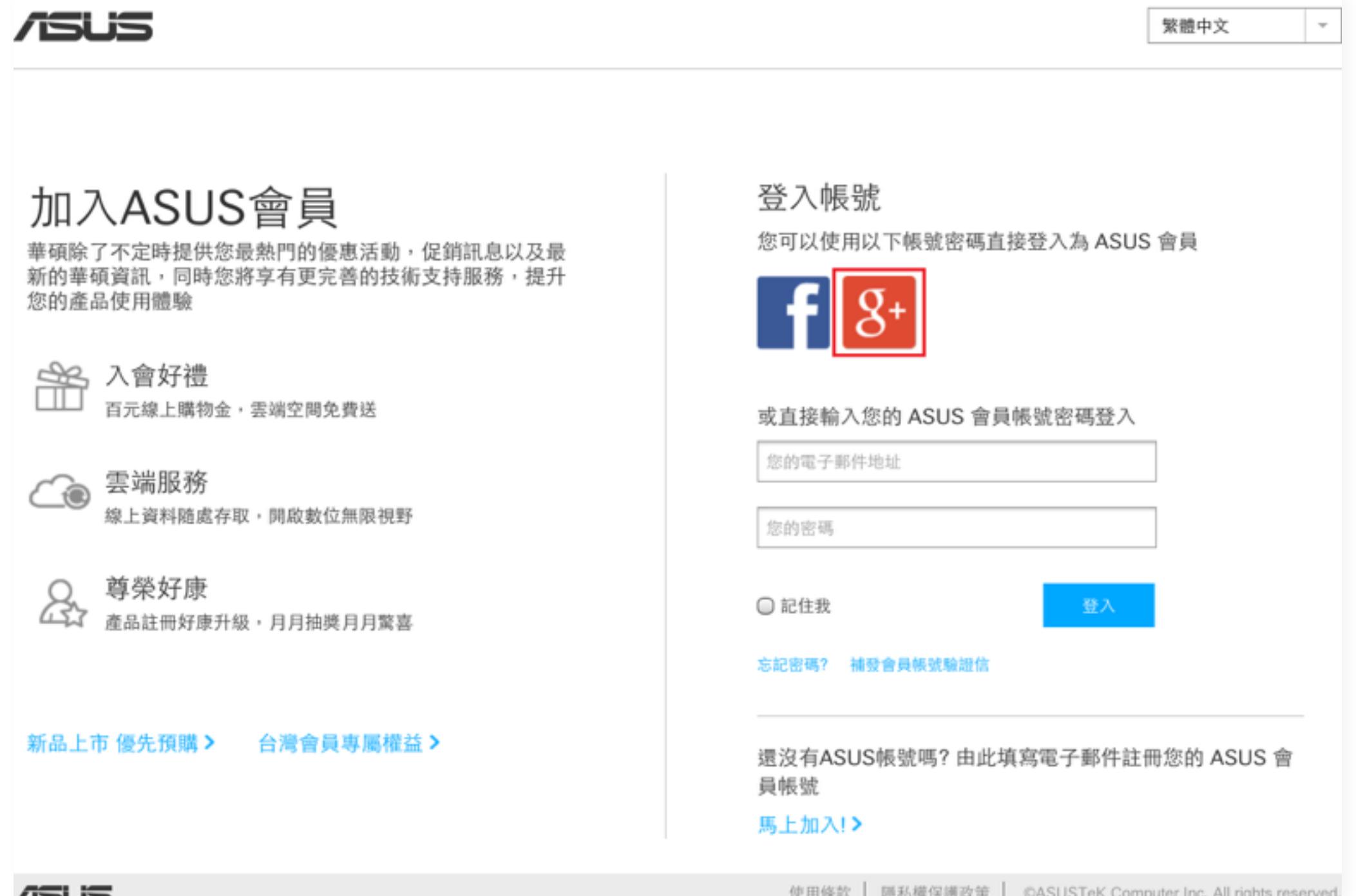
詢問：產品保固的內容



# K. 使用客服即時通需先登入會員

六位受測者中遇到問題人數：一位

Service  
Flow



**加入ASUS會員**

華碩除了不定時提供您最熱門的優惠活動，促銷訊息以及最新的華碩資訊，同時您將享有更完善的技術支持服務，提升您的產品使用體驗

**入會好禮**  
百元線上購物金，雲端空間免費送

**雲端服務**  
線上資料隨處存取，開啟數位無限視野

**尊榮好康**  
產品註冊好康升級，月月抽獎月月驚喜

**新品上市 優先預購 >**   **台灣會員專屬權益 >**

**登入帳號**  
您可以使用以下帳號密碼直接登入為 ASUS 會員



或直接輸入您的 ASUS 會員帳號密碼登入

記住我 **登入**

[忘記密碼?](#) [補發會員帳號驗證信](#)

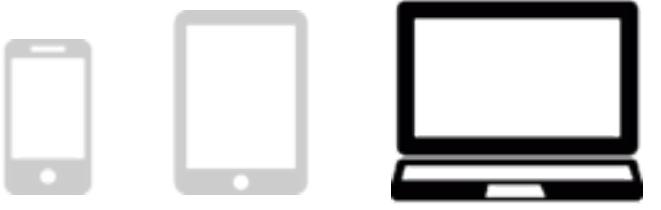
還沒有ASUS帳號嗎？由此填寫電子郵件註冊您的 ASUS 會員帳號  
[馬上加入！>](#)

使用条款 | 隱私權保護政策 | ©ASUSTeK Computer Inc. All rights reserved.

想要使用客服即時通需要有華碩帳號，減少使用者想要使用此服務的動力。

**一般1：「我只是要問問題，為什麼要登入？感覺很強迫。」**

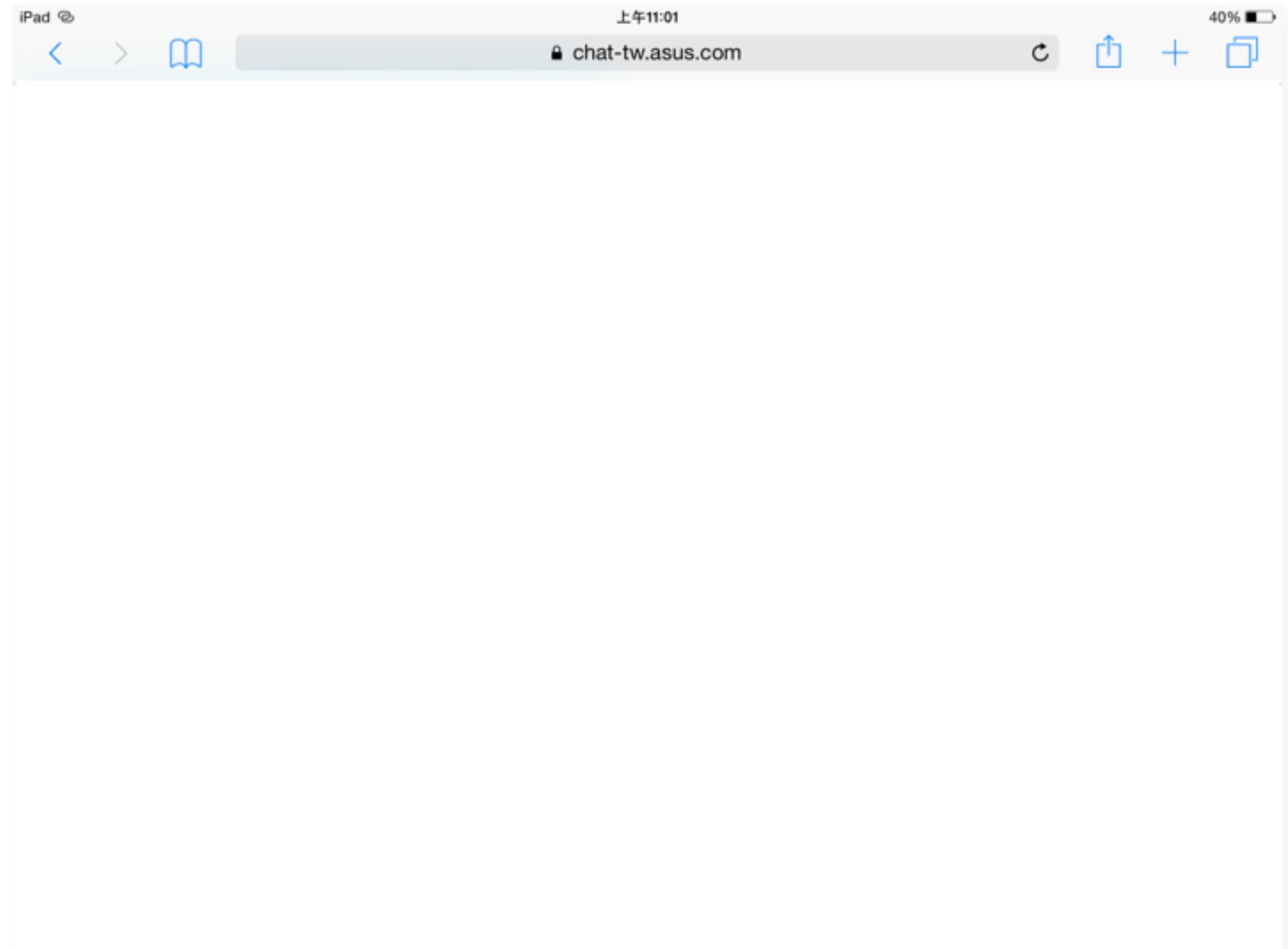
▲ 首頁>連絡我們>客戶支援>客服即時通



## L.客服提供的解決資訊網址沒有內容

六位受測者中遇到問題人數： 二位

Service

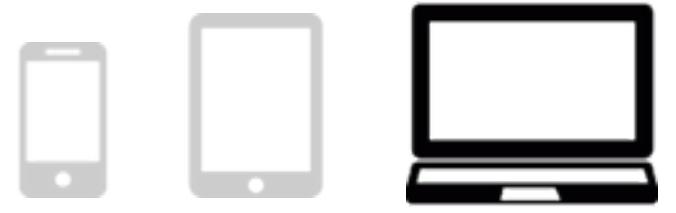


客服提供的解決資訊網址無法顯示資訊，似乎是該網頁正在維修，讓人質疑客服的專業度。

**一般2：**「我覺得客服給的網址不是我想要的，因為網頁停擺很久。」

▲ 首頁>連絡我們>客戶支援>客服即時通

# M.客服非服務時間沒提前通知，直接通話結束



六位受測者中遇到問題人數： 一位

Service

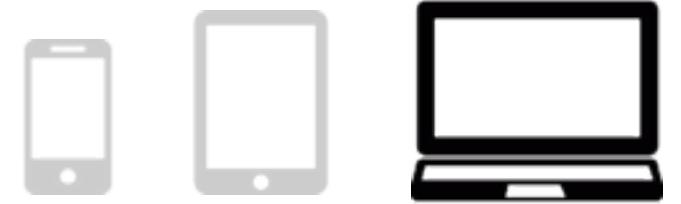


客服即時通外的說明表示客服為24小時，但是卻仍然有服務時間限制，且在進入即時通後才以「通話結束」告知，無法理解是網路造成通話結束或是不在服務時間內，服務的體驗不佳。

**一般3：「我覺得他應該在進入客服前應該就要告訴我！而且他不是24小時客服服務嗎？結果居然有時間限制，感覺被騙。」**

▲ 首頁>連絡我們>客戶支援>客服即時通

# N.想使用客服即時通詢問主機板問題，卻無主機板諮詢服務



六位受測者中遇到問題人數： 二位

Service

客服即時通無法詢問關於主機板的問題，讓使用者不明白是否需要直接打電話才能詢問。

**專家3：「我想要主機板的說...」**

「剛剛類別裡面就是沒有主機板這項，應該就直接打那個電話吧？」

**專家2：「那為什麼之前不講清楚，覺得浪費時間」**

▲ 首頁>連絡我們>客戶支援>客服即時通

# 任務3-1 3-2 3-3小結 Question & Behavior Observation

## 問題重點

### 3-1 註冊產品 .....

#### Support

UI

A. 產品序號說明頁分類不明顯，無法快速找到特定產品

IA-C

C. 產品序號頁中手機的名稱敘述不明（名稱為「手持產品配件」）

IA

D. 「產品類型」選單內的分類名稱讓使用者混淆，如：智慧型手機和ZenFone

Service

F. 產品外盒序號的字體不易識別，容易讀錯

Bug

G. 註冊頁的提交扭消失，無法提交

Bug

H. 如果更改序號，原先填寫好的資料會不見

### 3-3 線上客服-延伸保固 .....

#### Support

Service

M. 「客服即時通」非服務時間沒提前通知，直接通話結束，造成服務體驗不佳

Service

N. 使用客服即時通詢問主機板問題，卻無主機板諮詢服務

## TASK FOUR

產品出問題  
尋找官方支援和維修服務

# Customer Journey Map

購買後

4-1

## FAQ 解決產品問題

4-2

## 電話客服

Support Site



快速服務區



輸入型號



常見問題



搜尋



找不到解答



聯絡資訊



A 資訊呈現雜亂

D 分類不易搜尋

F 論壇無搜尋功能

B 塞選條件為英文

E Icon不夠直覺

G 保固內/外說明不直覺

C 搜尋筆電卻顯示手機結果

H 首頁提供的號碼  
手機無法撥打

I 客服未區分  
手機與市話差異



- 紅色：使用者情緒痛點，容易造成構成任務流程中斷的重大問題
- 黃色：使用者需嘗試錯誤或找尋替代方法才能解決的問題，建議修改
- 綠色：嚴重性不大的問題，改了會幫體驗加分

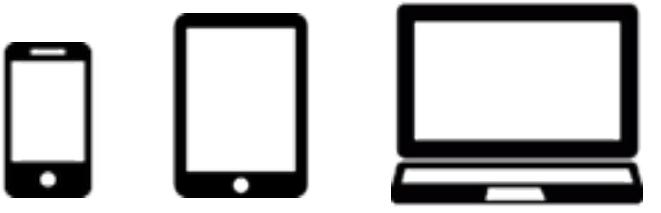
4-1



利用電腦網頁

請利用華碩的官方網頁及服務

尋找 Zenbook 沒聲音的解決方案



# A. 「常見問題」資訊呈現雜亂

六位受測者中遇到問題人數： 一位

Layout

IA

**筆記型電腦 快速服務區**



**影片教學**

Windows 8作業系統回復... 在Windows作業系統環境... 在Windows作業系統環境... 如何知道Windows作業系... 如何啟用BIOS下的Secure...

**常見問題** [更多 >](#)

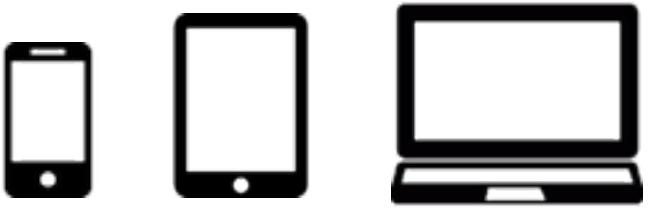
- Windows 8-如何還原至出廠預設狀態
- BIOS更新-使用Winflash在Windows作業系統環境中更新BIOS
- Windows 8-無法進入系統時，如何還原至出廠預設狀態
- Windows 8-如何進入安全模式
- Backtracker-備份ASUS還原磁區軟體介紹
- Backtracker-下載及安裝教學

**熱門討論** [更多 >](#)

- [技術分享] Win8如何進入安全模式
- [技術分享] Win8如何分割磁區?(內建分割)
- [技術分享] 有時候開機一直按不進F2或是ESC怎麼辦?
- 平板、電視 究竟該怎麼選?
- 產品中的ASUS Live Update在連接行動寬頻時表現不正常
- asus backtracker 還原後沒有F9功能

**專家2：「沒有一個大標題讓我知道這邊最主要在講的是什麼！」**

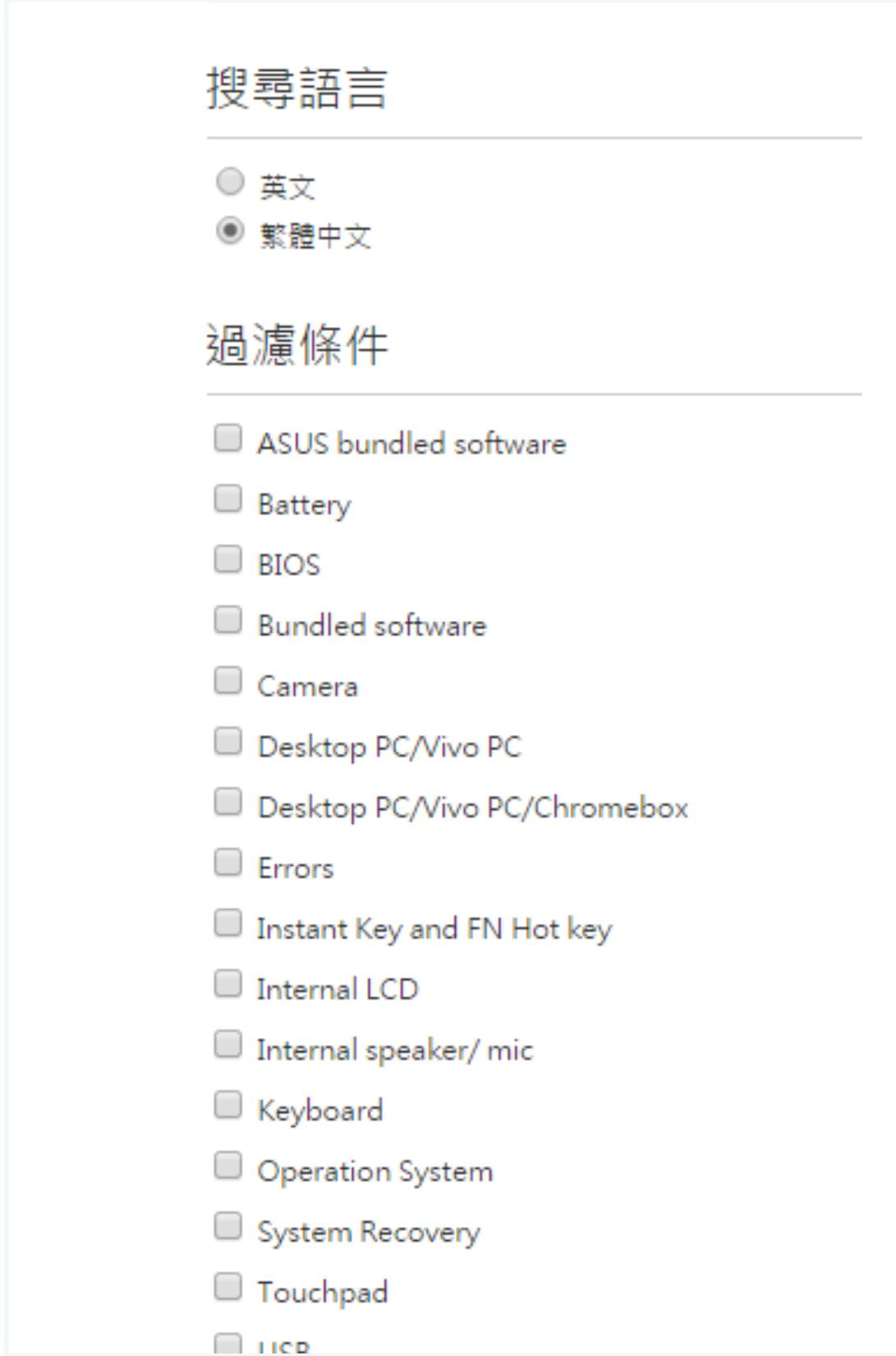
▲ 首頁>快速服務區筆電>常見問題>更多



## B. 篩選條件為英文閱讀吃力

六位受測者中遇到問題人數： 三位

IA-Content



搜尋語言

- 英文
- 繁體中文

過濾條件

- ASUS bundled software
- Battery
- BIOS
- Bundled software
- Camera
- Desktop PC/Vivo PC
- Desktop PC/Vivo PC/Chromebox
- Errors
- Instant Key and FN Hot key
- Internal LCD
- Internal speaker/ mic
- Keyboard
- Operation System
- System Recovery
- Touchpad
- iico

下方「過濾條件」為英文，使用者表示難以閱讀搜尋。

一般3：「為什麼要用英文，讓我覺得很像很多東西剪下來，然後截圖，真的很像很多東西拼湊在一起」

專家1：「用中文還是比較簡單。」

▲ 首頁>快速服務區筆電>常見問題>更多

# C.找筆記型電腦的常見問題，卻出現手機的結果



六位受測者中遇到問題人數： 二位

IA

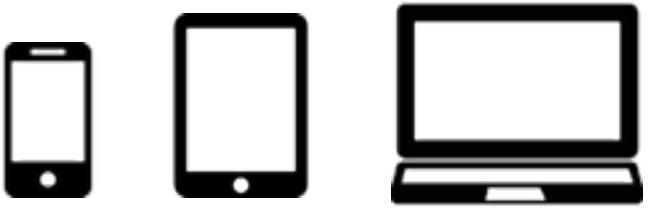
The screenshot shows a search interface on an ASUS support website. The search term 'Audio Device' has been selected. The results list various categories under '過濾條件' (Filter Conditions), including 'Audio Device' which is checked. The main content area displays a list of common issues related to audio devices, such as '音效 - 聽不到對方的聲音' (Sound - Can't hear对方's voice) and '如何調整手機的音量大小及模式?' (How to adjust the volume size and mode of the phone?). Below the list is a screenshot of a smartphone's notification shade showing volume control settings.

選擇筆記型電腦，卻出現手機的結果，讓使用者感到混亂與不信任。

**專家1：**「覺得剛在搜尋的時候就應該要過濾出筆電的選項，呈現出來的結果都是手機的。」

**一般3：**「為什麼不是我選的範圍！？為什麼我可是我剛選的是筆電！？」

- ▲ 支援首頁>快速服務（筆記型電腦）  
或 輸入筆電型號>FAQ>過濾條件Audio Device>音效問題>常見問題



# D.常見問題中的問題沒有適當分類，不易搜尋

六位受測者中遇到問題人數：一位

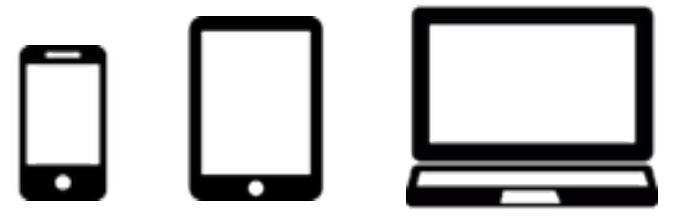
|A

The screenshot shows the ASUS ZENBOOK UX305 support page. The navigation bar includes links for 'Programs', 'Common Issues' (which is currently selected), 'Product Details', 'Support', 'FAQ', and 'Customer Support'. The main content area is titled 'Common Issues' and contains a list of 25 items, such as 'Power4Gear Hybrid usage guide', 'Can one Microsoft account be used on multiple computers?', and 'How to prevent Windows updates from automatically minimizing when playing games'. A navigation bar at the bottom indicates this is page 4 of 5.

常見問題結果多卻沒有分類，使用者表示搜尋起來吃力，容易放棄在這裡找尋。

**一般1：「找到第四頁都還找不到跟聲音相關的問題，要找多久？」**

▲ 首頁>搜尋>產品頁面>常見問題



## E. 需要按放大鏡才能搜尋，不夠直覺

六位受測者中遇到問題人數： 一位

Interaction

**ASUS ZENBOOK UX305**

熱門連結

- Windows 8.1 更新版
- Windows 8

知識庫搜尋

Znbook UX305 

Microsoft 支援服務 

- 支援服務首頁
- 錯誤訊息
- 論壇
- Microsoft Fix it

搜尋 Microsoft 支援 

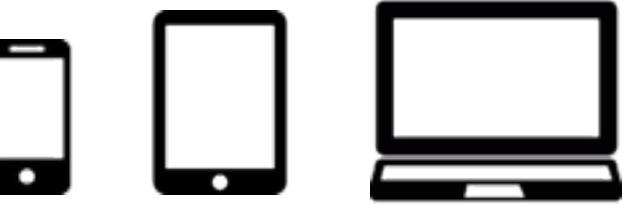
使用者習慣在搜尋完直接按Enter搜尋，但網站中常有只能用滑鼠點擊放大鏡才能執行搜尋的地方。

**一般1：「按enter不會搜尋，要按放大鏡才有反應！」**

▲ 首頁>快速服務區筆電>常見問題>產品頁面>知識庫搜尋

# F.論壇中沒有搜尋功能

六位受測者中遇到問題人數： 二位



|A

使用者在論壇期待可以直接搜尋到問題的解決方案，但目前只提供官方網站的整體搜尋，導致使用者想找到問題解決方案，卻不斷搜尋到產品頁。

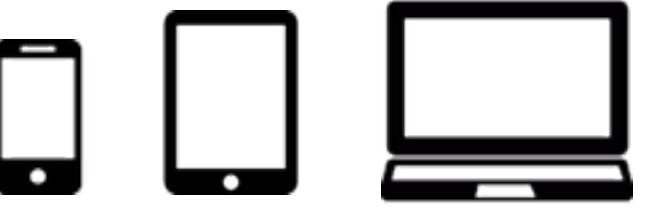
**一般3：**「我原本要找服務！可是他進到筆電的介紹頁面。」

**專家2：**「比較希望的是能再論壇中搜尋到相關的文章，而不是產品介紹頁面。」

▲ 支援首頁>搜尋>產品介紹頁面

支援首頁>服務與社群>論壇>筆記型電腦>搜尋>產品介紹頁

G.使用者對於維修費用參考的「保固內/保固外」感到困惑



六位受測者中遇到問題人數： 二位

# IA-Content

首頁 > 支援 >

# 重要資訊

## 華碩最新消息

新聞與公告 41

## 熱門精選

[安裝最新的 Windows 8.1 更新](#)

[如何找出您的產品型號?](#)

[如何找到產品序號?](#)

[\[20140626\] Facebook app回復版本  
\(10.0.0.28.27\) 教學](#)

[維修判斷標準](#)

[華碩皇家俱樂部 華記型電腦備用機服務](#)

[華碩電池資訊中心](#)

[如何檢查主機板與BIOS版本?](#)

[華記型電腦LCD無亮點更換服務](#)

[華記型電腦快遞送修服務](#)

[維修費用參考](#)

[商用筆電產品保固服務](#)

[伺服器產品報修方式](#)

[華碩太極尊榮保固服務](#)

[Share](#) 8+1 0 [Like](#) 14

## 維修費用參考

主機板、顯示卡、光碟(燒錄)機 (非系統類產品之零件維修費用)

保固情況: 不限

狀況	價格(含稅)
BIOS升級	免費
DIY主機板	200

保固情況: 保固內

保固情況: 保固外

\*附註:

1. 檢測費的定義為：本公司或經銷商依各項規範，於本公司或經銷商之測試後，測試正常或客戶決定不維修時所收取之工資。

2. 保固內免費維修之產品，仍以本公司或經銷商之檢測費為準。

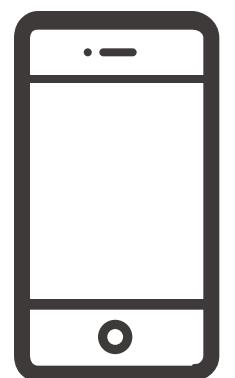
使用者不確定指的是時間還是產品類型。

一般1：「保固內外是...？在這種分類底下我要怎麼知道我的故障是不是在保固內外？」

**專家3：「保固內/外的定義，應該是原廠認為的年限」**

▲ 首頁>重要資訊>更多>維修費用參考

4-2



利用手機網頁

請在華碩官方網站

找到客服號碼並撥出

# H.首頁沒有提供手機可撥打的號碼，使用者容易誤撥



六位受測者中遇到問題人數： 三位

IA-Content



使用者看到手機首頁下方的0800電話有兩種情況：

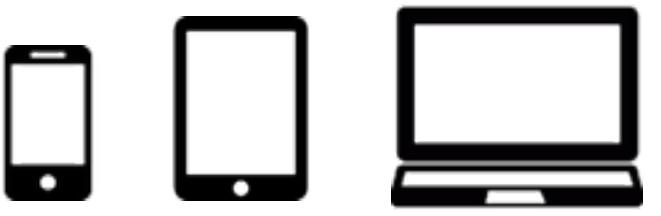
1. 會想要直接撥打，打了之後才發現0800不能用手機撥打
2. 點0800連結進入後，撥打0800仍然無法撥打(原因如下頁)

**一般1：**「（撥打0800發現手機不能撥打，沒聽完內容就掛斷電話了）」

**一般2：**「打出去之後，電話說”不提供手機服務“我想罵髒話了！」

**一般3：**「他說不能用手機打，可是現在大家都用手機打電話，誰會用電話打電話啊！」

▲ 首頁>支援服務>聯絡華碩



# I. 客服電話頁標示不清楚，難以區隔手機與市話號碼

六位受測者中遇到問題人數： 二位



▲ MENU>服務支援>聯絡我們

UI

IA-Content

**專家2：**「上當了！上下分兩支，一開始沒有發現，撥打後才發現0800下方有提醒手機不能撥打，雖然有看到行動電話886還是打了0800。」

**一般3：**「可是我剛剛只以為他是國外撥打，因為通常886都是國外打的，我覺得可以把國外跟手機的電話分開。」

# 任務4-1 4-2小結 Question & Behavior Observation

## 問題重點

### 4-1 FAQ解決產品問題 .....

#### Support

IA

C. 找筆記型電腦的「常見問題」，卻出現手機的結果

IA

D. 「常見問題」中的問題沒有適當分類，不易搜尋

IA

F. 論壇中沒有搜尋功能

### 4-2 電話客服 .....

#### Mainsite

IA-C

H. 首頁提供手機無法撥打的號碼

#### Support

UI/IA-C

I. 客服電話撥打標示不直覺，未能清楚標示手機與市話號碼區隔

## TASK FIVE

挑選華碩主機板並下載驅動程式

# Customer Journey Map

- 紅色：使用者情緒痛點，容易造成構成任務流程中斷的重大問題
- 黃色：使用者需嘗試錯誤或找尋替代方法才能解決的問題，建議修改
- 綠色：嚴重性不大的問題，改了會幫體驗加分

購買後

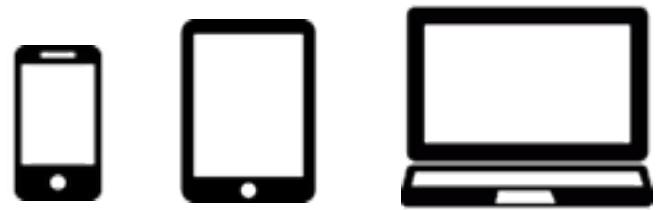


5-1



利用電腦網頁

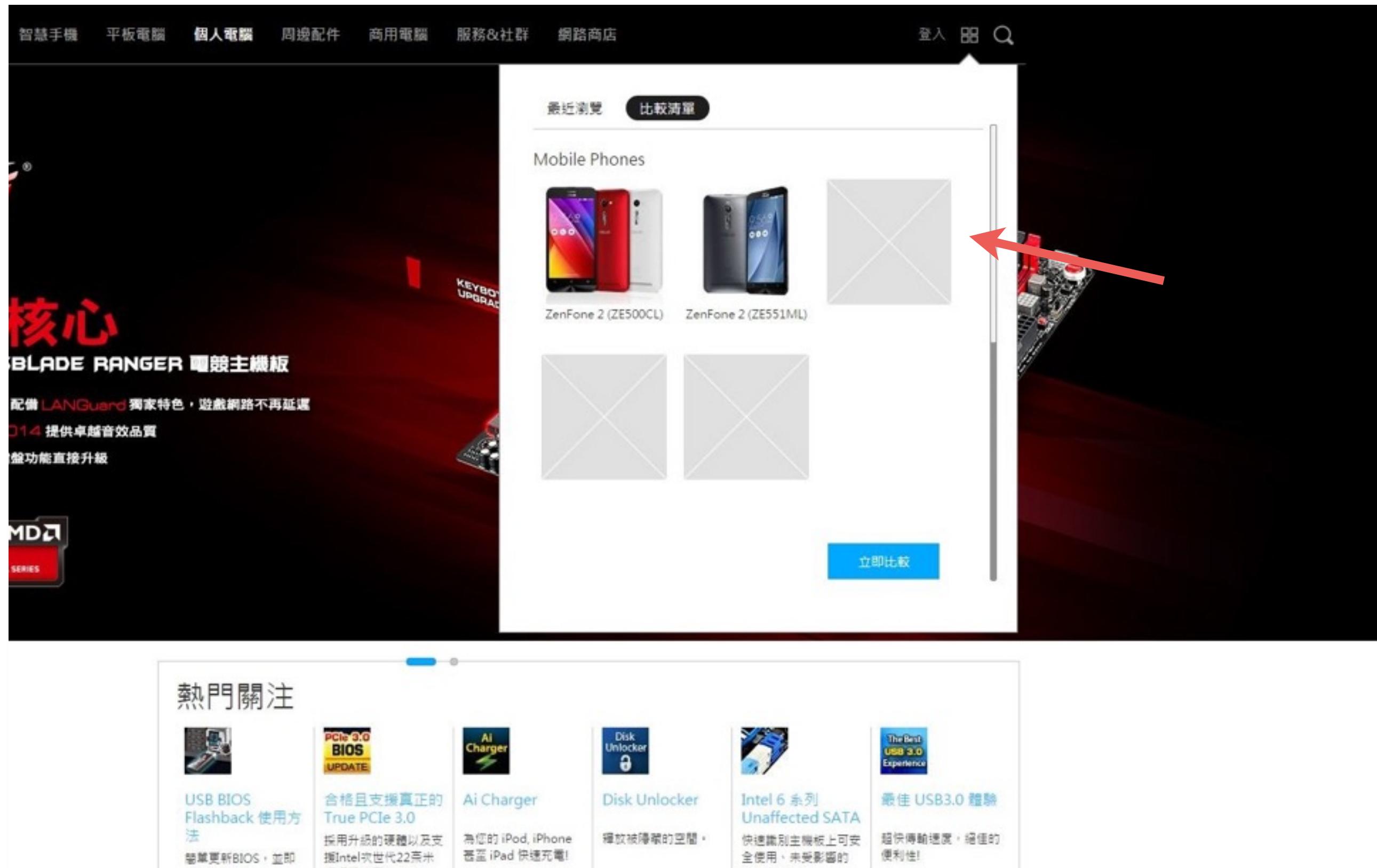
比較華碩的兩款 ROG 主機板：  
MAXIMUS VII FORMULA/WATCH DOGS  
RAMPAGE V EXTREME



# A.第二次使用比較表，找不到剛加入的產品

三位受測者中遇到問題人數： 二位

Bug



The screenshot shows a product comparison interface. At the top, there are navigation links for '智慧手機', '平板電腦', '個人電腦', '周邊配件', '商用電腦', '服務&社群', and '網路商店'. Below this is a search bar with '登入' and '搜尋' buttons. The main area displays a 'Mobile Phones' section with two items: 'ZenFone 2 (ZE500CL)' and 'ZenFone 2 (ZE551ML)'. To the right of these items is a large grey square with a red 'X' and a vertical scroll bar. A red arrow points to the 'X' button. At the bottom of the comparison list is a blue '立即比較' (Compare Now) button. Below the comparison area, there is a '熱門關注' (Hot关注) section with five items: 'USB BIOS Flashback 使用方法', 'PCIe 3.0 BIOS UPDATE', 'AI Charger', 'Disk Unlocker', and 'Intel 6 系列 Unaffected SATA'.

▲ 首頁 > 主機版產品頁 > 比較表

使用者新加入一批比較商品後，點開比較清單無法立即看到最新加入的比較產品，必須拉到最下方才能看到最新加入的商品。

**專家2：**「加入比較後，發現比較清單還停留在手機比較，點選X後，才出現主機板比較」

**專家3：**「（刪除清單按鈕）為什麼那要做隱藏呢？」

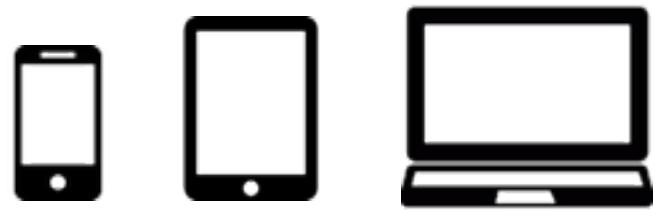
5-2



利用電腦網頁

選擇一款 ROG 主機板

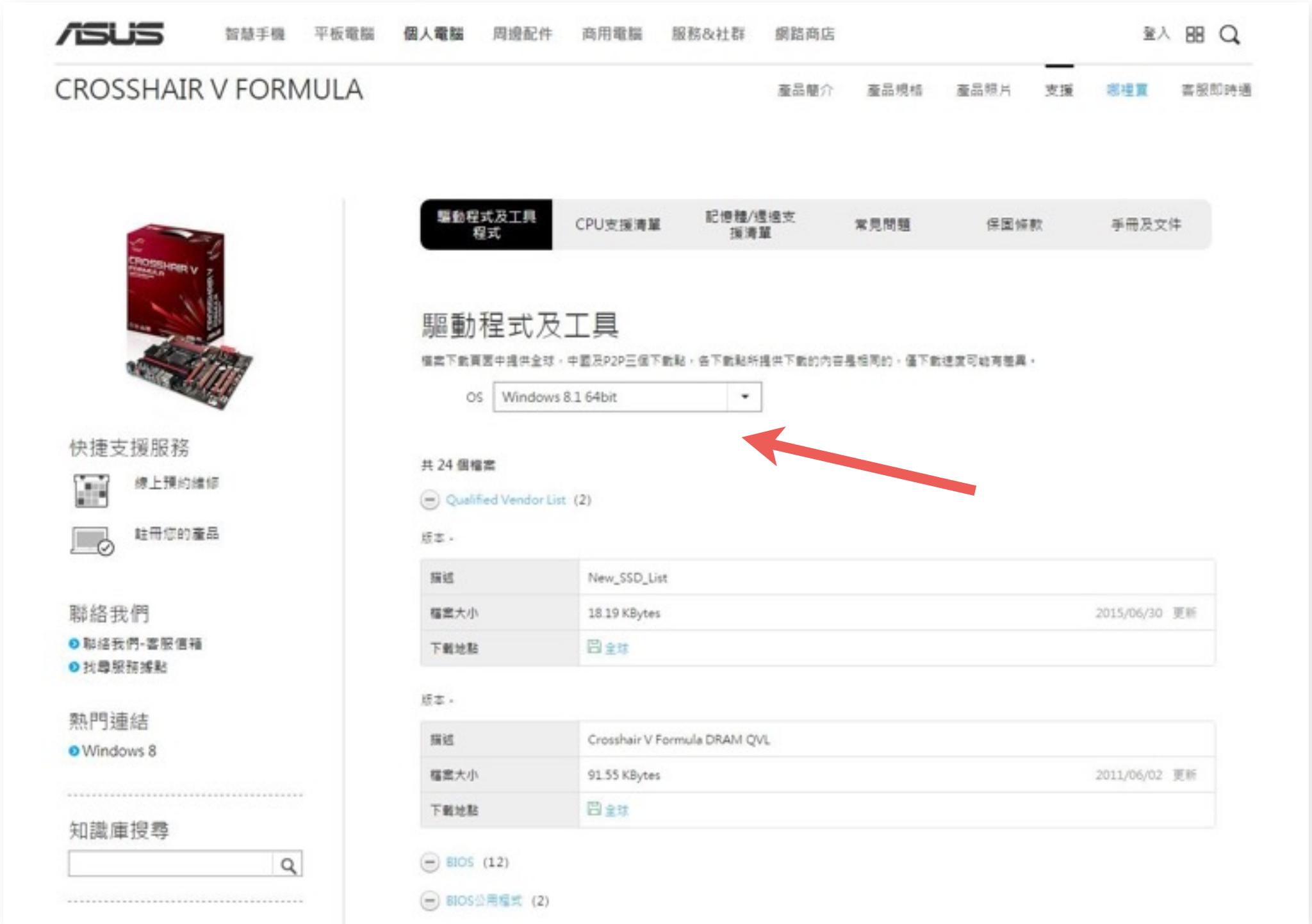
並下載需要的驅動程式



## B. 官網驅動程式不一定是最新版本

三位受測者中遇到問題人數：一位

Service



The screenshot shows the ASUS website for the Crosshair V Formula motherboard. The main navigation bar includes links for Smartphones, Tablets, Personal Computers, Peripherals, Commercial PCs, Services & Groups, and Network Store. The top right features a login button, a language switch, and a search icon. Below the navigation is a sub-navigation bar for the product page, with '驅動程式及工具' (Drivers & Tools) selected. Other options include CPU Support List, Memory/Overclocking Support List, Common Issues, Firmware Fixes, and Manual & Files. A large image of the motherboard is on the left, and a sidebar on the left contains links for Quick Support Services, Contact Us, Hot Links, and Knowledge Base Search.

**驅動程式及工具**

僅當下載頁面中提供全球、中國及P2P三個下載點，各下載點所提供下載的內容是相同的，僅下載速度可能有差異。

OS: Windows 8.1 64bit

共 24 個檔案

Qualified Vendor List (2)

描述	New_SSD_List	2015/06/30 更新
檔案大小	18.19 KBytes	
下載地點	全球	

版本：

描述	Crosshair V Formula DRAM QVL	2011/06/02 更新
檔案大小	91.55 KBytes	
下載地點	全球	

(1) BIOS (12)  
(1) BIOS公用程式 (2)

對於要找尋驅動程式下載的使用者，通常都已有自己習慣的管道，很少進入官網找。也表示驅動可能不會像外面網站一樣常更新。

**專家2：「官網通常不一定是最新的。」**

**專家X：「我習慣去驅動程式下載的地方，點進去再找我要的驅動，比較不會來官網找。」**

▲ 首頁 > 產品瀏覽頁 > 產品介紹頁 > 支援

# 任務5-1 5-2小結 Question & Behavior Observation

## 問題重點

### 5-1 比較產品 .....

#### Mainsite

Bug

A. 第二次使用比較表，找不到剛加入的產品

### 5-2 下載驅動 .....

#### Mainsite

Service

B. 官網驅動程式不一定是最新版本

## 實驗結果 Usability Testing Finding

---

問題重點、行為觀察 Behavior Observation

問卷結果 ASQ/QUIS/SUS Questionnaire

# ASQ情境使用滿意度測試目的

此問卷主要目的為了解使用者對官網預期和實際體驗後的滿意度表現；為李克特七階尺度量表形式，本問卷以三個方面來看使用者滿意程度，分別為：易用性、所花費的時間及協助訊息，適合在易用性測試的情境任務前後施測。

**使用情境一 / 測試前**

我預期在此情境中完成這項任務的易用性感到滿意。 \*

1 2 3 4 5 6 7

非常不同意        非常同意

我預期在此情境中完成這項任務所花費的時間感到滿意。 \*

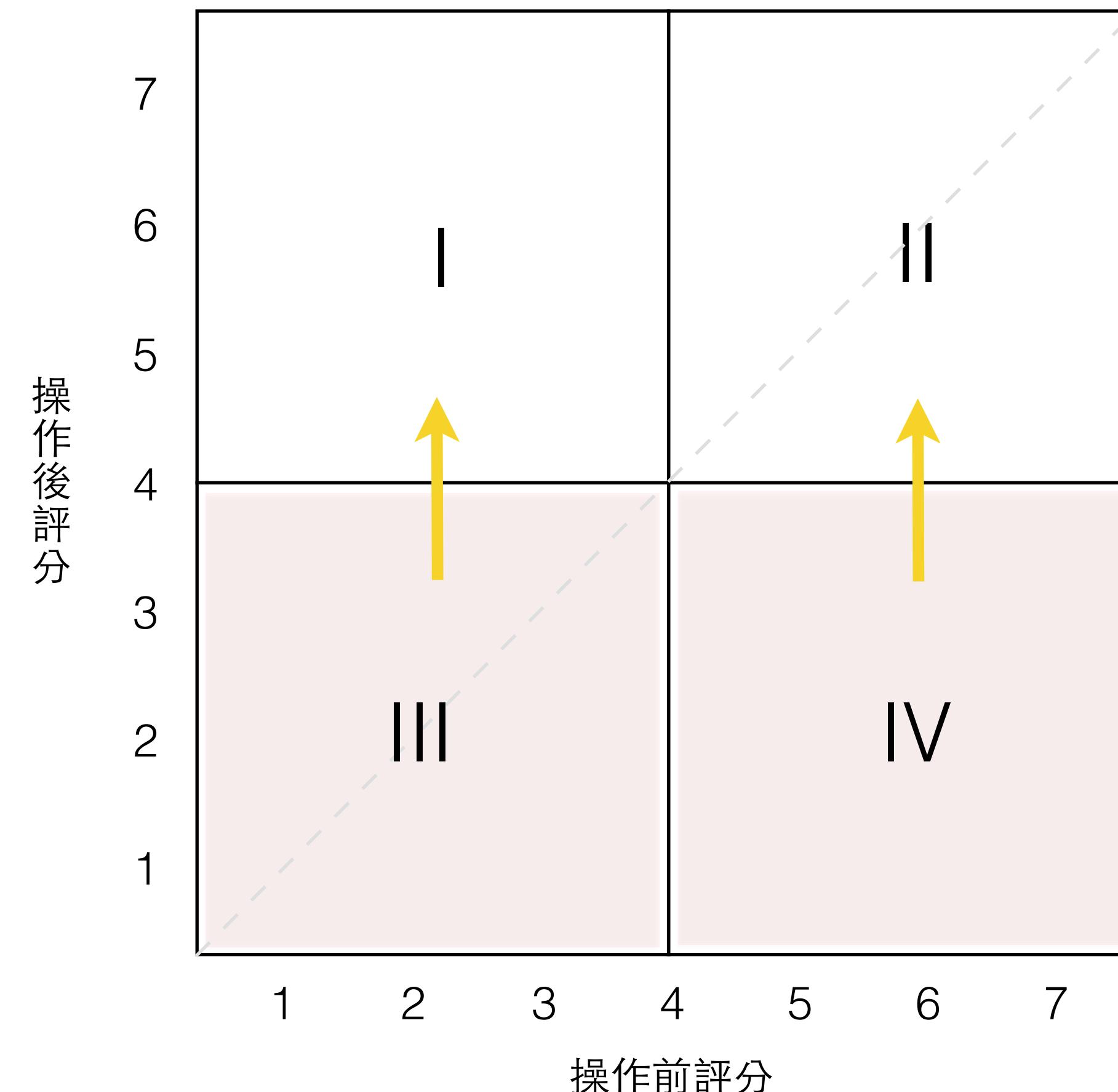
1 2 3 4 5 6 7

非常不同意        非常同意

我預期完成這項任務過程中的協助訊息感到滿意。 \*

1 2 3 4 5 6 7

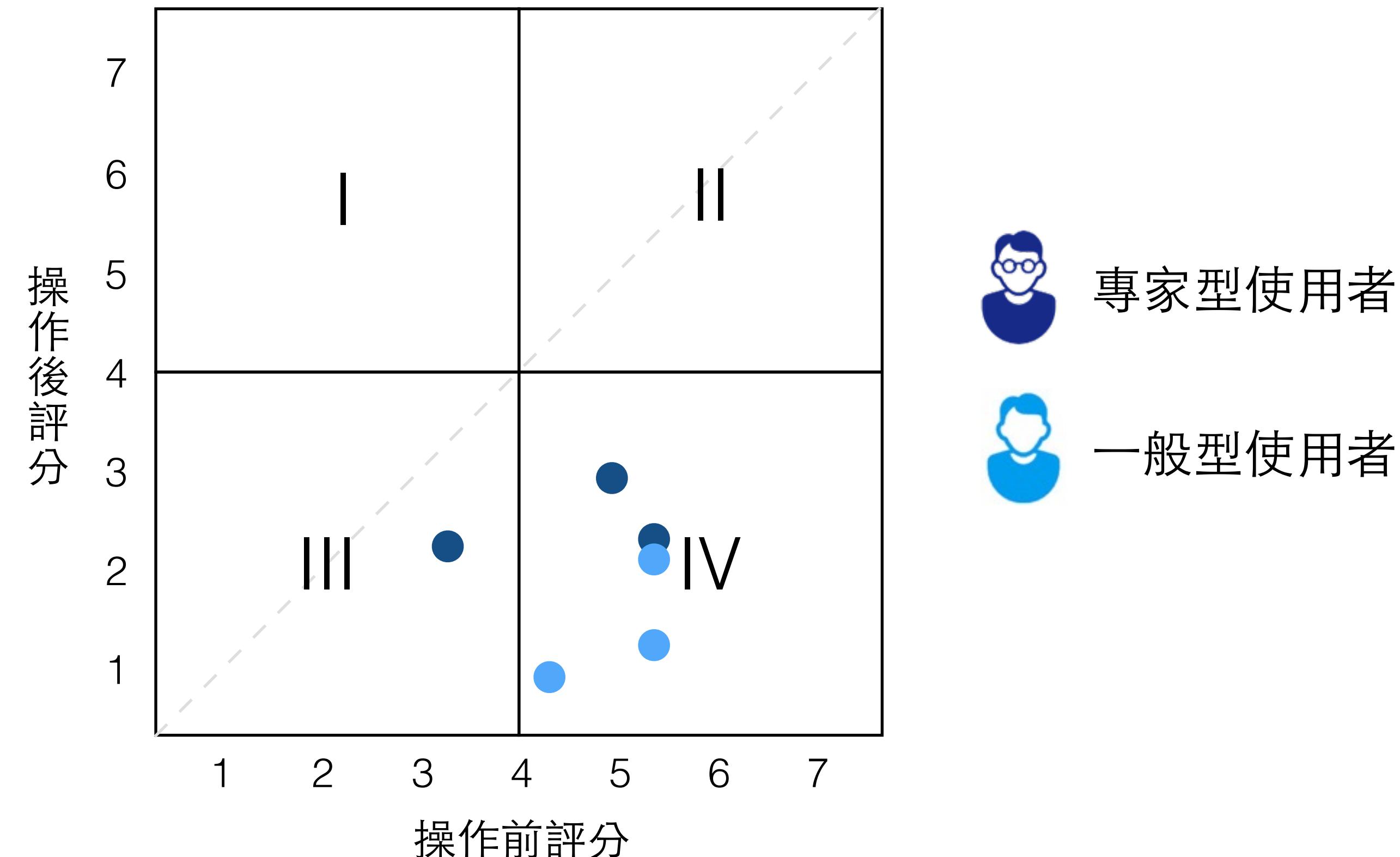
非常不同意        非常同意



# ASQ情境使用滿意度測試結果-產品瀏覽比較

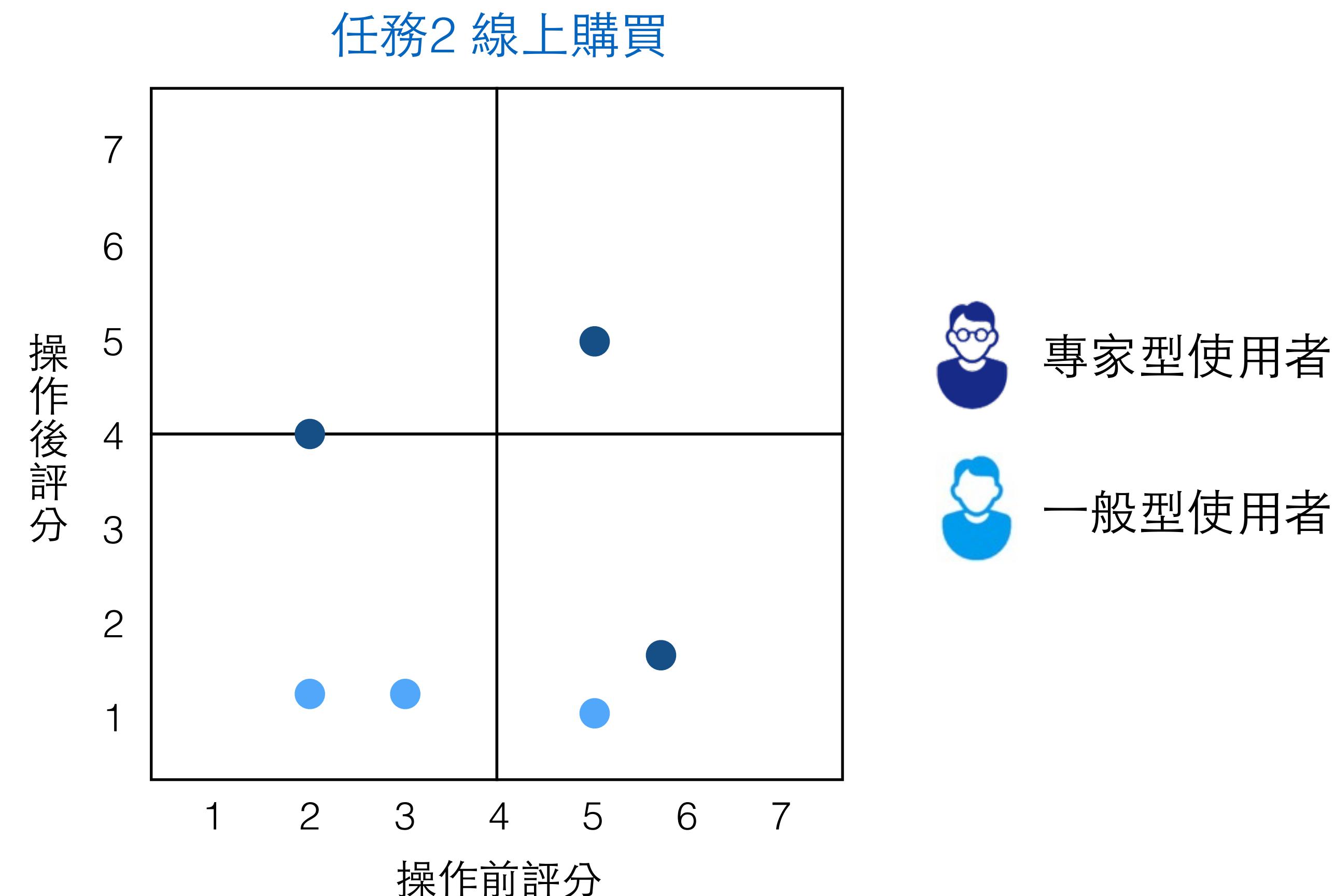
在使用官網比較瀏覽產品此任務中，多數受訪者都預期體驗偏正向，然而操作後皆發生體驗不如預期的狀況。並且「一般型使用者」對於產品瀏覽比較的體驗落差較「專家型使用者」來得大，全部的結果皆落在第四象限，然而有一位「專家型使用者」落在第三象限，表示雖然體驗的落差不大，但仍屬於較負面的感受，因此推論順暢有效的瀏覽比較產品經驗對多數使用者而言是最基本必須滿足的需求。

任務1 產品瀏覽比較



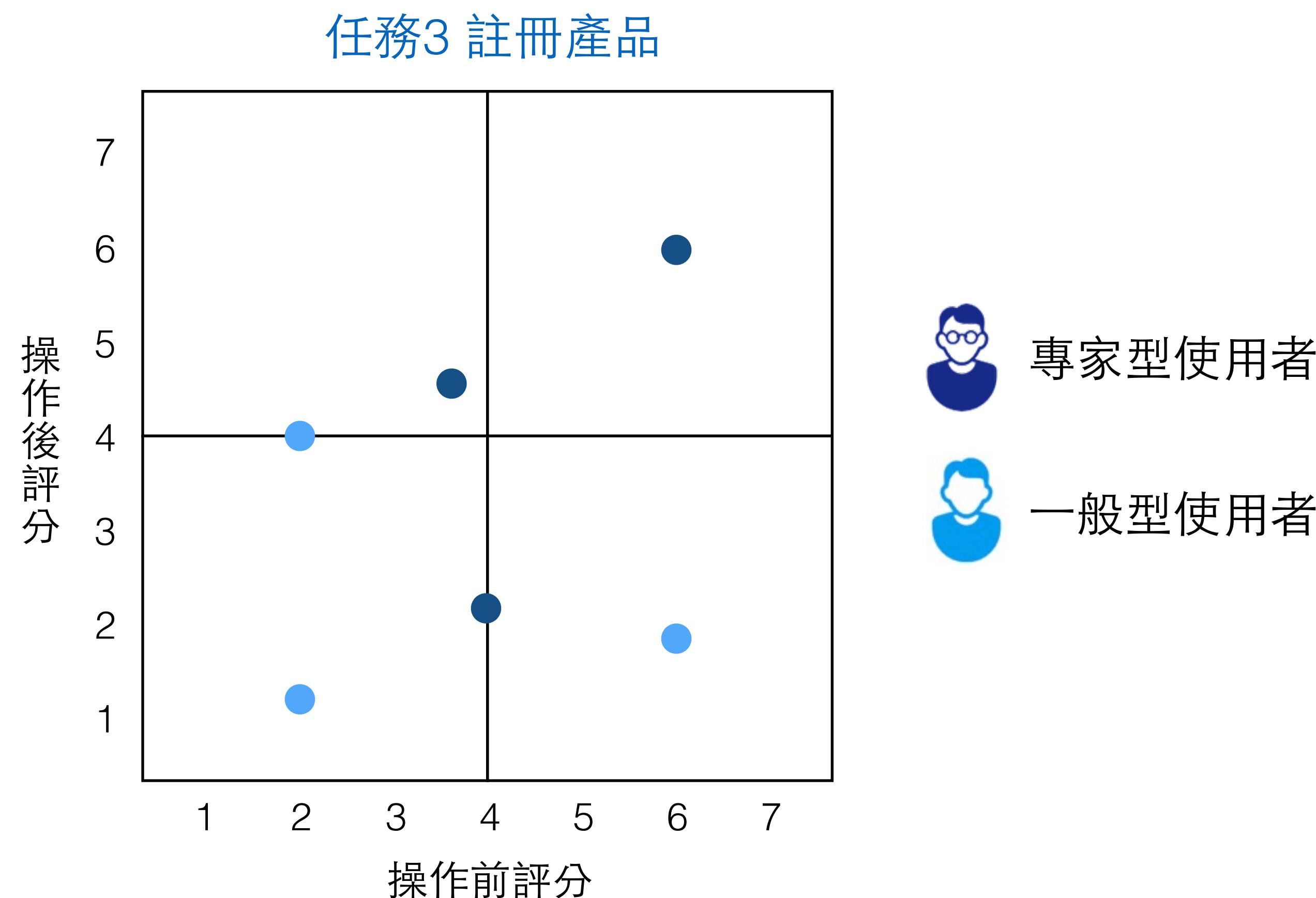
## ASQ情境使用滿意度測試結果-線上購買

在使用線上商店購買產品此任務中，受訪者預期因人而異，然而操作後體驗感受偏負面較多，尤其以「一般型使用者」的結果最為明顯，操作後的感受不超過2分；相較之下，「專家型使用者」較能適應此購物流程，但仍有一位「專家型使用者」操作後的體驗有較大的落差，還有改善的空間，推論若能提供更好的線上購物體驗，可以增加使用者正面印象。



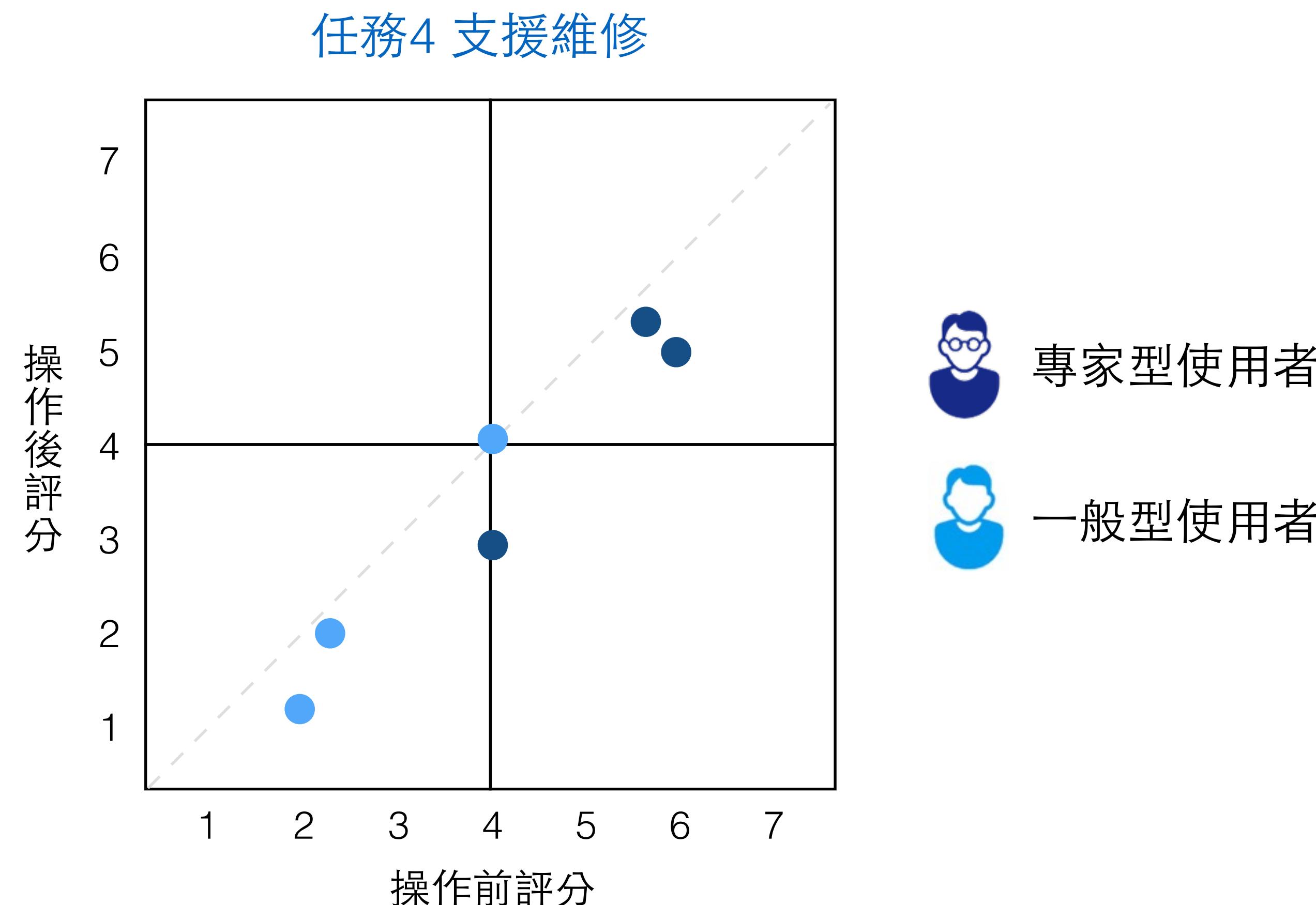
## ASQ情境使用滿意度測試結果-註冊產品

在使用官網註冊產品此任務中，受訪者預期因人而異，**其中半數的受訪者實際操作後的體驗偏負面，並又以「一般型使用者」為多；而多數「專家型使用者」與其中一位「一般型使用者」對於在官網註冊產品的體驗回饋偏正向**，推論目前在官網上的註冊流程對「一般型使用者」較不容易，「專家型使用者」則相對較能適應此註冊過程。



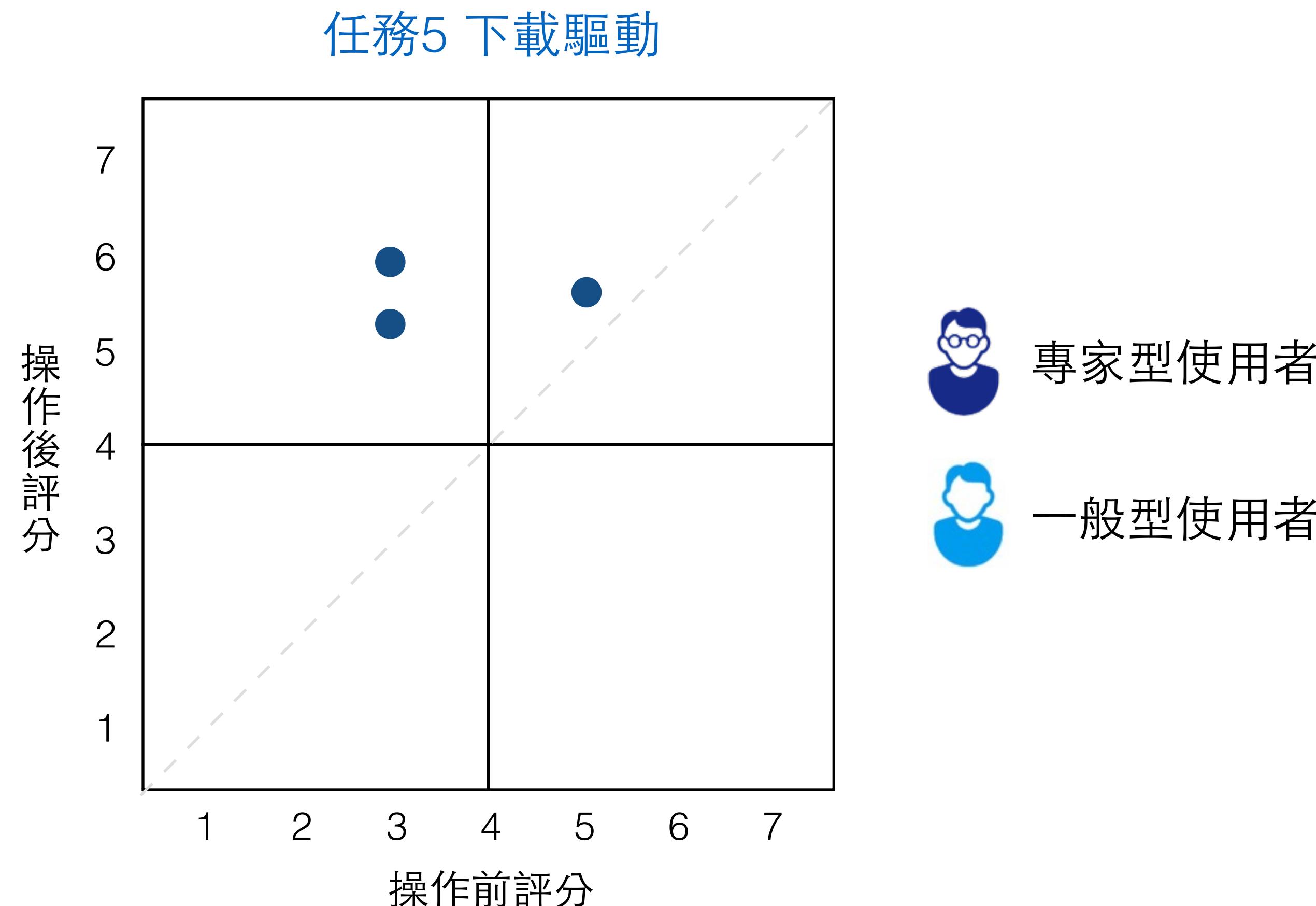
## ASQ情境使用滿意度測試結果-支援維修

在使用官網支援維修產品此任務中，受訪者預期和實際操作後的體驗趨近一致，但「一般型使用者」無論預期與實際操作的體驗偏負面，相較之下「專家型使用者」的感受較偏正向，但預期與實際操作後仍有落差。因此推論，無論問題是否被解決，官網的支援維修服務仍無法滿足「一般型使用者」，「專家型使用者」相對較能適應此狀況。



## ASQ情境使用滿意度測試結果-下載驅動

「專家型使用者」對使用官網下載驅動的體驗都偏正向，且實際操作後的體驗多是高於預期的想像，顯示目前官網在此部分提供的服務體驗不錯。



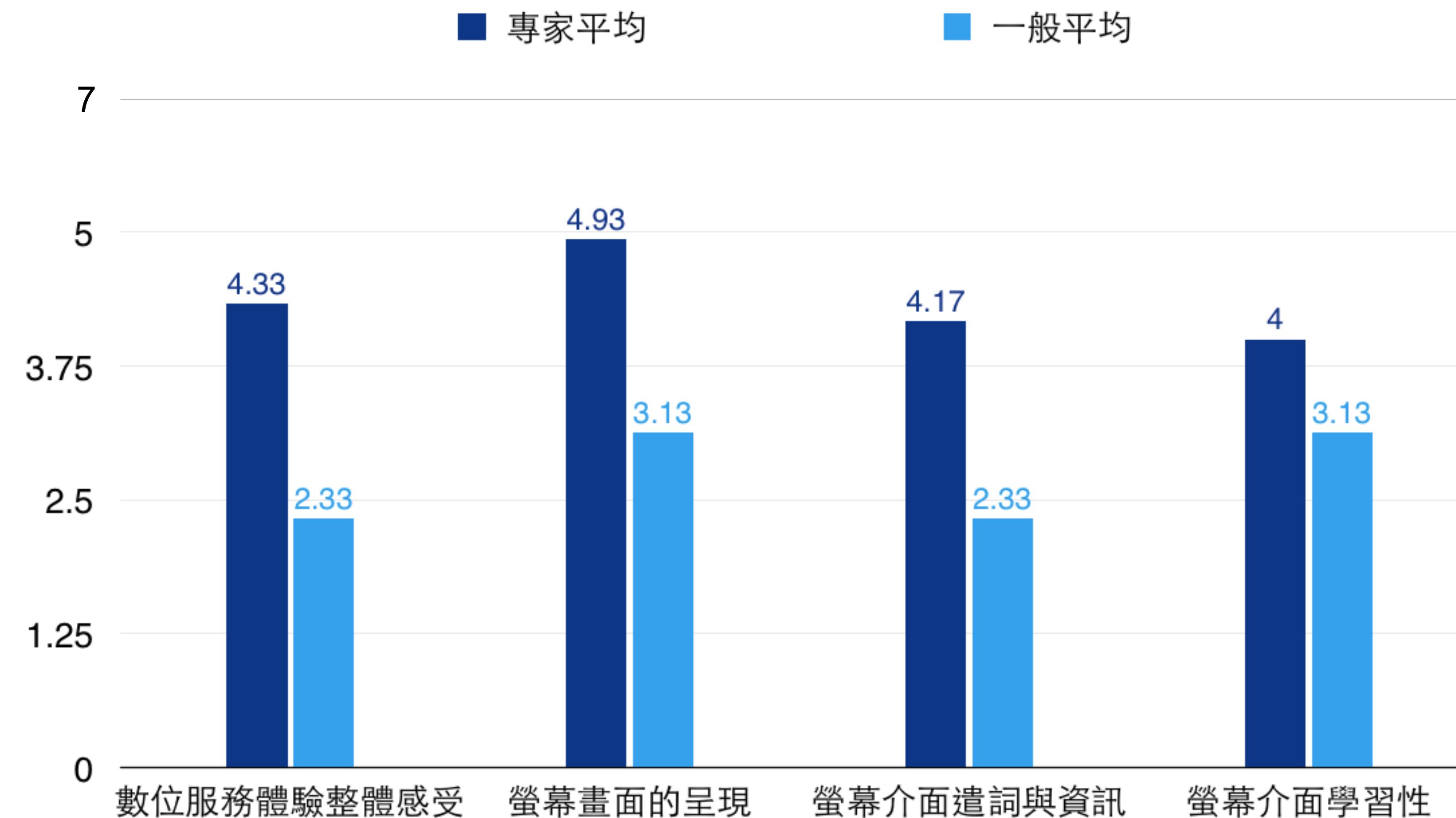
# QUIS使用者互動滿意度測試目的

QUIS 評量表內容分成四大部份：設備的整體感受、螢幕畫面的呈現、螢幕介面遣詞與資訊、學習性及設備性能，每部分下有若干問題，每個問題分為七等尺度，受試者依其滿意度做評分。

<b>數位服務體驗的整體感受</b>  * 1 2 3 4 5 6 7 糟糕的 ● ● ● ● ● ● 良好的	<b>螢幕畫面的呈現</b>  畫面中的文字 * 1 2 3 4 5 6 7 困難閱讀 ● ● ● ● ● ● 容易閱讀	<b>螢幕介面遣詞與資訊</b>  功能術語用詞 * 1 2 3 4 5 6 7 不一致的 ● ● ● ● ● ● 一致的	<b>螢幕介面學習性</b>  學習操作此介面 * 1 2 3 4 5 6 7 困難 ● ● ● ● ● ● 容易
* 1 2 3 4 5 6 7 困難的 ● ● ● ● ● ● 容易的	畫面中的資訊量 * 1 2 3 4 5 6 7 不足 ● ● ● ● ● ● 足夠	資訊呈現的位置 * 1 2 3 4 5 6 7 不一致的 ● ● ● ● ● ● 一致的	透過嘗試與錯誤發現新功能 * 1 2 3 4 5 6 7 困難 ● ● ● ● ● ● 容易
* 1 2 3 4 5 6 7 挫折的 ● ● ● ● ● ● 滿意的	畫面呈現架構 * 1 2 3 4 5 6 7 缺乏邏輯 ● ● ● ● ● ● 符合邏輯	輸入提示 * 1 2 3 4 5 6 7 困惑 ● ● ● ● ● ● 清晰	能順著邏輯順序完成操作 * 1 2 3 4 5 6 7 困難 ● ● ● ● ● ● 容易

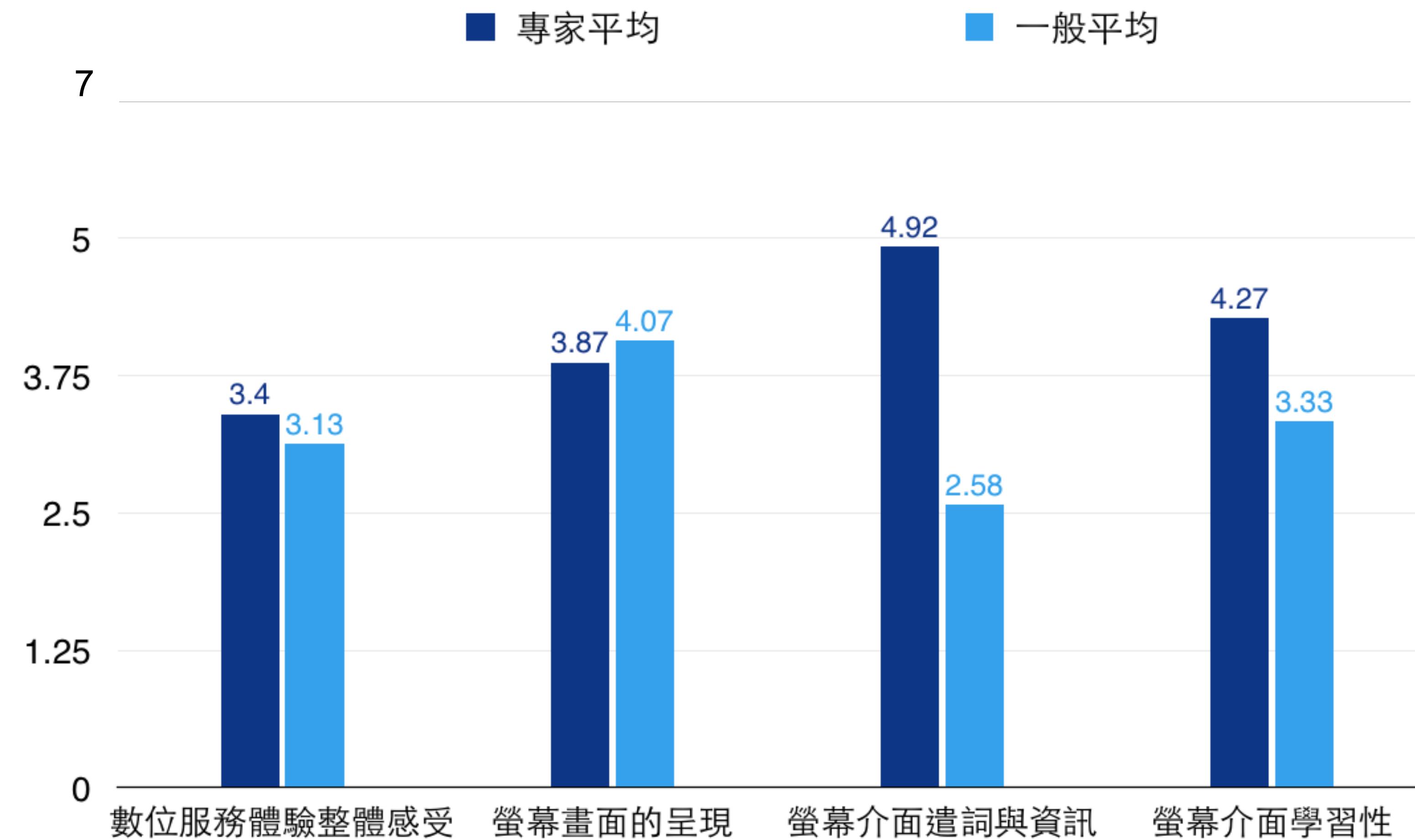
## QUIS使用者互動滿意度測試結果 - 電腦

受訪者在電腦上使用官網的體驗整體滿意度偏低 (3.66)，且「一般型使用者」的滿意度皆低於「專家型使用者」，其中「數位服務整體感受」與「螢幕介面遣詞資訊」的改善空間最大，而「專家型用戶」在各面向的滿意度皆高於平均值，顯示對整體體驗相較於一般使用者較能適應。



## QUIS使用者互動滿意度測試結果 -行動

受訪者在行動裝置上使用官網的體驗整體滿意度(3.76)稍稍高於使用電腦 (3.66)，但使用過電腦的學習效應必須視為影響因素之一；「專家型使用者」的結果中，除了數位服務體驗整體感受偏低外，其他面向皆高於平均滿意度；即使是在行動裝置上操作，「螢幕介面遣詞與資訊」仍是影響「一般使用者」滿意度的關鍵因素，且還有改善的空間。



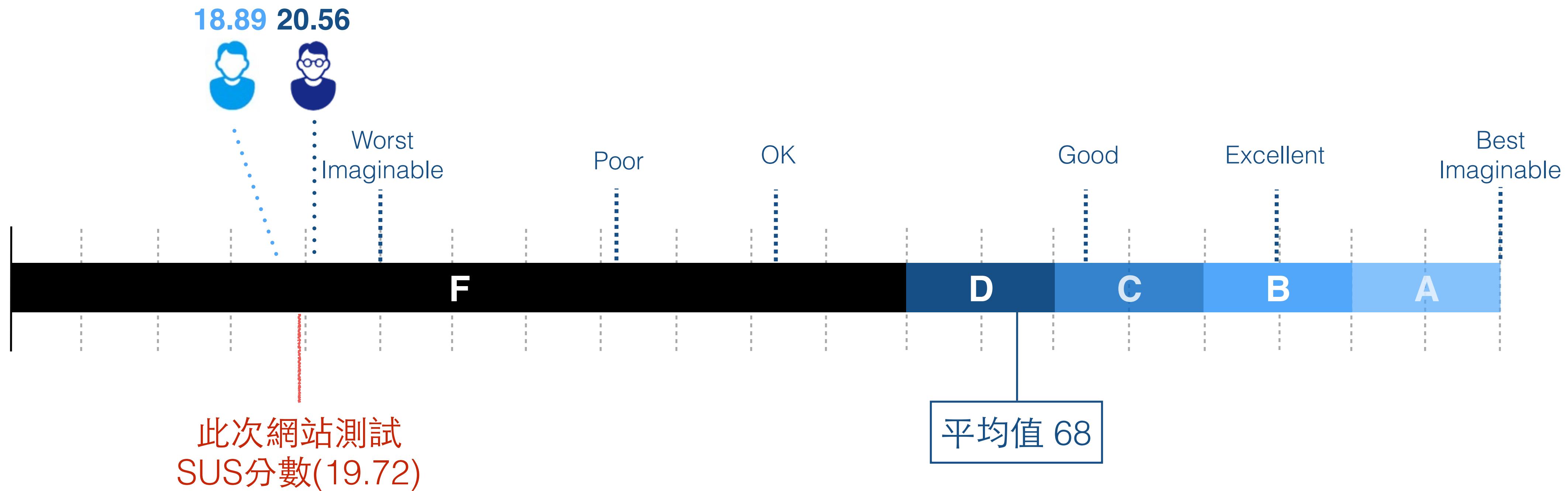
# SUS網站易用性測試目的

測試目的是為了得知產品整體易用性，是常見的產品易用性評估之主觀感受量表，問卷有十道題目；計算方式分兩步驟，首先必須先求得每題的應得分數，將單數題的原始分數減去1（結果即為這題的應得分數），用5減去偶數題各題的原始分數（結果即為這題的應得分數）；之後是第二步驟，將各題的應得分數相加，再乘上2.5，即可得到該受試者SUS的易用性評估總分。

<p>我需要專業人員協助才會使用此服務網站 *</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>非常不同意 <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> 非常同意</p>	<p>我會願意經常使用此服務網站 *</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>非常不同意 <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> 非常同意</p>	<p>我可以預見大多數的人都能很快學會使用這個服務網站 *</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>非常不同意 <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> 非常同意</p>
<p>我認為此服務網站整合的很好 *</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>非常不同意 <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> 非常同意</p>	<p>我覺得這個服務網站過於複雜 *</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>非常不同意 <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> 非常同意</p>	<p>我覺得這個服務網站的操作非常困難 *</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>非常不同意 <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> 非常同意</p>
<p>我認為此服務網站內有太多的不一致 *</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>非常不同意 <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> 非常同意</p>	<p>我認為這個服務網站容易使用 *</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>非常不同意 <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> 非常同意</p>	<p>我很有自信能夠使用這個服務網站 *</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>非常不同意 <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> 非常同意</p>
<p>我需要摸索一段時間，才能開始使用這個服務網站 *</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>非常不同意 <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> 非常同意</p>		

# SUS網站易用性測試結果

為使SUS分數較易被瞭解，學者Bangor, A.(2009)將SUS分數區分為如下圖所示的六等級，多項研究顯示**SUS**的平均分數為**68**，一般認為若低於該值，則易用性不足；本次官網整體易用性測試結果分數偏低 (**19.72**)，且專家(20.56)和一般人(18.89)的感受並無顯著差異，顯示官網仍然有改進的空間，改善後的結果預期能讓使用者感受到明顯的差異。



參考資料：Bangor, A.(2009)"Determining what individual SUS scores mean: Adding an adjective rating scale".Journal of Usability Studies:114-123

# 量化測試總結

從上述三種指標中可以發現：

## 1. 使用者體驗必須改善：

除了下載驅動的情境任務外，無論「一般型使用者」或「專家型使用者」的預期與實際操作後的體驗有落差，且超過一半的受訪者在實際操作後的體驗是偏負面的，顯示三站的使用者體驗必須被改善。

## 2. 遣詞與資訊內容需調整：

無論是使用電腦或是行動裝置，「一般型使用者」的互動滿意度普遍低於「專家型使用者」，且對於「螢幕介面遣詞與資訊」的面向上落差最大，表示目前網站內的文字與資訊對於「一般使用者」有較大的理解障礙。

## 3. 網站易用性必須提升：

無論是「一般型使用者」或「專家型使用者」對於網站易用性的評價無明顯差異，但皆低於平均值，顯示目前網站的易用性仍有改善的空間。

## Next Step 解決方案與目標

運用使用者經驗設計的方法，依據易用性測試中是使用者真實的回饋，提出能改善網站易用性問題的設計方案，並以提升上述三種指標為目標：

1. 以改善使用者在測試中遇到的問題出發，提出 **Flow** 規劃原則，作為未來規劃產品流程之依據。改善後的結果預期讓受訪者的情境使用滿意度 (**ASQ**) 提升至第一、二象限。
2. 以 **Google Material Design** 為基準，提出可解決上述易用性問題與提升網站體驗一致性的易用性設計準則 (**Guideline**)，作為後續網站改版的設計依據。改善的結果預期能提升電腦及行動裝置的使用者互動滿意度 (**QUIS**) 及網站易用性 (**SUS**)。