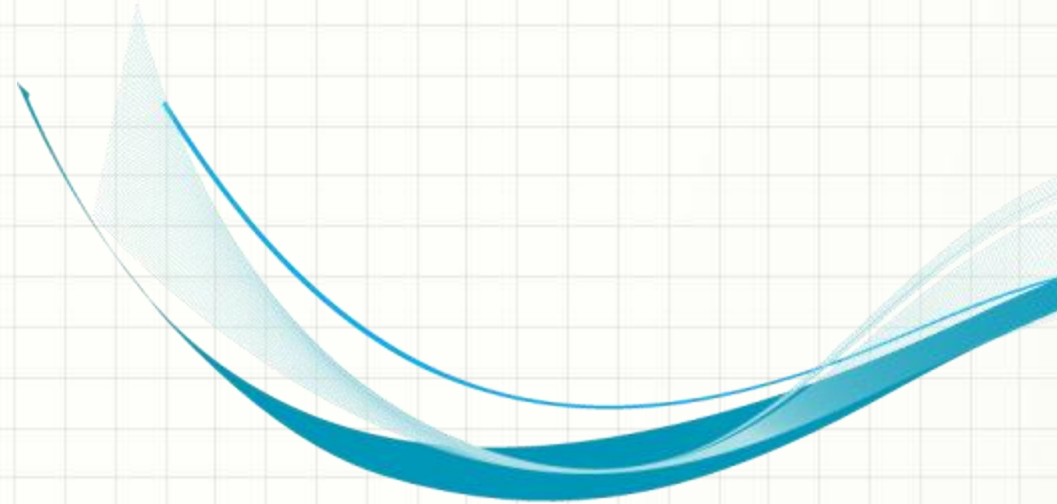




網站內容規劃與動線設計

錢達智

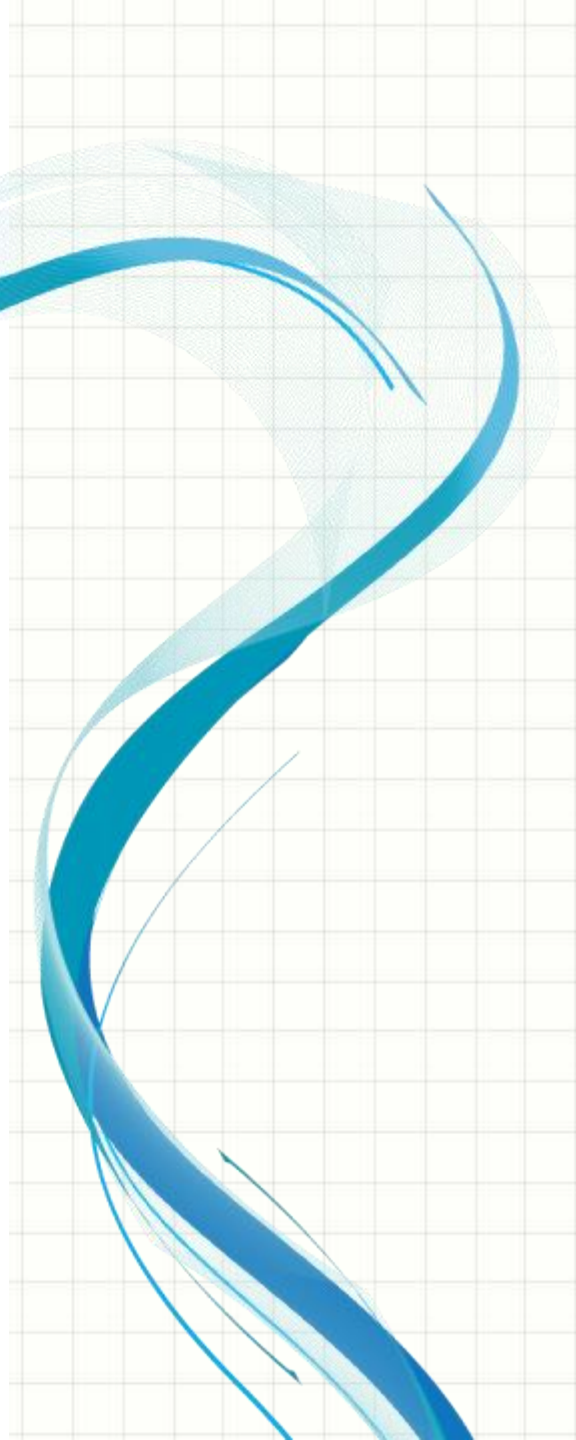
wolfgang.chien@gmail.com



這個世界...

A teeming void world...

看似資訊爆炸，到處充斥各式各樣的資訊。
但是，人們卻又經常抱怨沒有足夠的資訊。



為什麼？

原因之一，資訊內容的呈現，並沒有站在使用者的角度，將內容組織整理成容易使用的型式。



怎麼做？

注意兩項基本原則：人與事。

人－使用者分析

- 哪些人會來我們的網站？
- 為什麼會來我們的網站？
- 來了之後，都做哪些事？



事－事務導向的動線設計

為了完成訪客想做的事，我們設計出一系列的網頁以形成操作動線。

操作動線的設計要點：

- 目標 - 動線的每一頁都是為了完成某一項特定工作
- 確認 - 任何操作都有朝向目標前進的明確回應
- 動作 - 提供一組選項供使用者選擇
- 評估 - 使用者決定要採用哪一個選項



舉例來說

有位三十歲的男性，想買一支手錶給自己。

工作分析－實例（步驟一）

- 目標：
買一支手錶。
- 確認
對，你來對地方了。
- 動作
- 評估
使用者評估並採行我們
提供的選項動作：
男錶 / 女錶 / 搜尋...



工作分析－實例（步驟二）

- 目標：
買一支手錶。
- 確認
做得好，看，有這麼多男錶。
- 動作
- 評估
使用者評估並且採行我們提供的選項動作：
哪一支 / 下一頁 / 其他錶款 / 搜尋...



工作分析－實例（步驟三）

- 目標：
買一支手錶。
- 確認
太好了，這支錶很酷。
- 動作
- 評估
使用者評估並且採行我們提供的選項動作：
加入購物車 / 其他錶款 / 搜尋...



網站內容規畫

- 定義網站的願景與範圍
- 設計網站的操作動線
- 分類組織網站地圖
- 套用一致的版型



定義網站的願景與範圍(一)

- 需求分析（區分Requirements與Wants）
- 評定各項需求的優先等級
- 以SMART描述願景：
 - Specific
 - Measurable
 - Achievable
 - Relevant
 - Time-based

Example:

Before the end of the year, we will become the top revenue producing company in the industry by increasing our online sales




定義網站的願景與範圍(二)

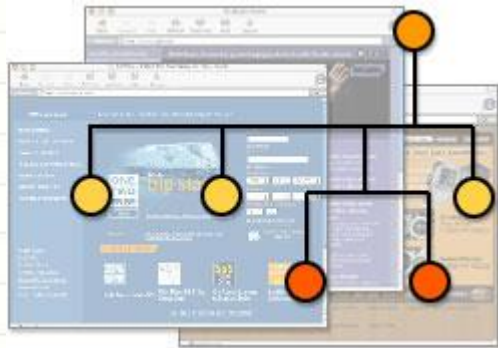
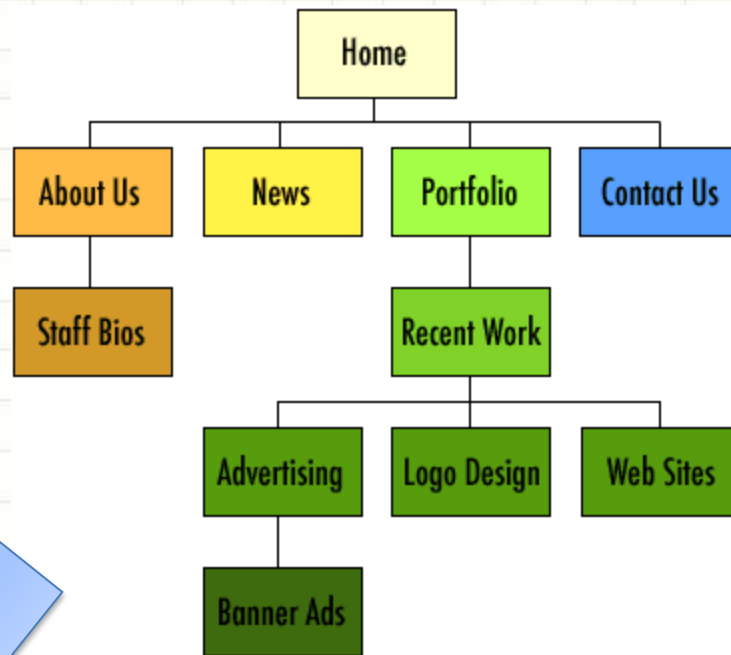
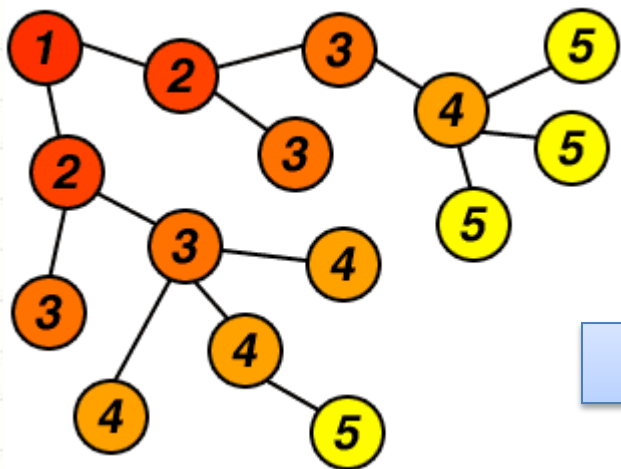
- 5- Home page product promotion area
- 5- Search feature
- 5- Ecommerce functionality
- 5- Contact information
- 4- Golf instruction videos on home page
- 4- Animations for each button on home page
- 4- Ask for a monthly newsletter
- 3- Bios and pictures of our staff
- 3- Help area
- 2- Press release area
- 3- Personalized product page
- 3- User product reviews
- 3- Music playing on home page
- 2- Discussion boards



設計網站的操作動線

- 根據使用者與網站的目標，設計操作動線
- 視覺化設計與討論 
一張A4紙張 = 一頁網頁
- 在 A4 紙張上描繪網頁大樣，利用此視覺化的雛型系統體驗未來成品。
- 請留意稍早在「工作分析」討論過的設計要點（目標、確認、動作、評估）。
- 動線流程確認之後，才標註細部內容，例如：各表單欄位的名稱。

分類組織網站地圖 (一)



分類組織網站地圖（二）



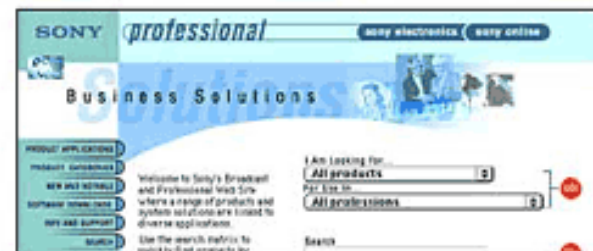
分類組織網站地圖 (三)



套用一致的版型

Browser Bars		
Logo/URL		
Global Navigation: Men's, Women's, Shoes, Clearance, Gifts, AE Style, Wish List, Shopping Bag		Search Box
Local Navigation: Women's Shoes, Clogs, Athletics, Style Sandals, Everyday Sandals, Flip Flops, Men's Shoes, Casuals, Athletics, Sandals, Flip Flops	Promotional Space Design team: You can either use this space for a single promo, or break it down into several	
Footer Navigation: My AE, Sizes, Track Orders, AE Clear Card, Store Locator Mailing List, Corporate, Jobs, Privacy, Contact, Help		
Browser Bar		

Tech team: Search box should search all product categories and pull up at least 10 results.



行動網站的操作限制

- 螢幕普遍不大。
- 電源容量有限。
- 光線超亮或超暗。
- 網路速度較低或者沒有網路可用。
- 隨時會有叫人分心與中斷操作的事件。
- 通常進行目標明確的簡單工作。

行動網站的設計建議（一）

- 回想一下剛才提到的網站內容動線原則。
- 80/20法則，找出重點。
- 儘可能簡單。
- 套用 Responsive Design設計觀念。
- 避免繁瑣的設定。
- 採用使用者的語彙。
- 清楚明確的文字敘述。
- 圖片比文字有用。

行動網站的設計建議（二）

- 簡化資料輸入方式。
- 儘量使用系統標準元件。
- 元件不宜太小，至少做到指尖不會錯點。
- 支援手勢操作方法。
- 回應手機直立與橫向轉向。
- 隨時準備中斷操作。
- 加入網路與人群連繫功能。
- 總結：了解**需求**、找出**重點**、儘量**簡單**。



網站觀摩研討