

# PORTFOLIO

Design what disrupts, Build what changes things

Yen Lai, 2026

# FUBON Digital Experience

A Design System For Unified Customer Experience

## PROGRAM

Established a scalable design foundation across the corporate group by implementing a unified design system, enabling consistent user experiences and efficient collaboration among 6 subsidiaries while elevating organizational design maturity.

## DATE

2024 Nov - 2025 Dec

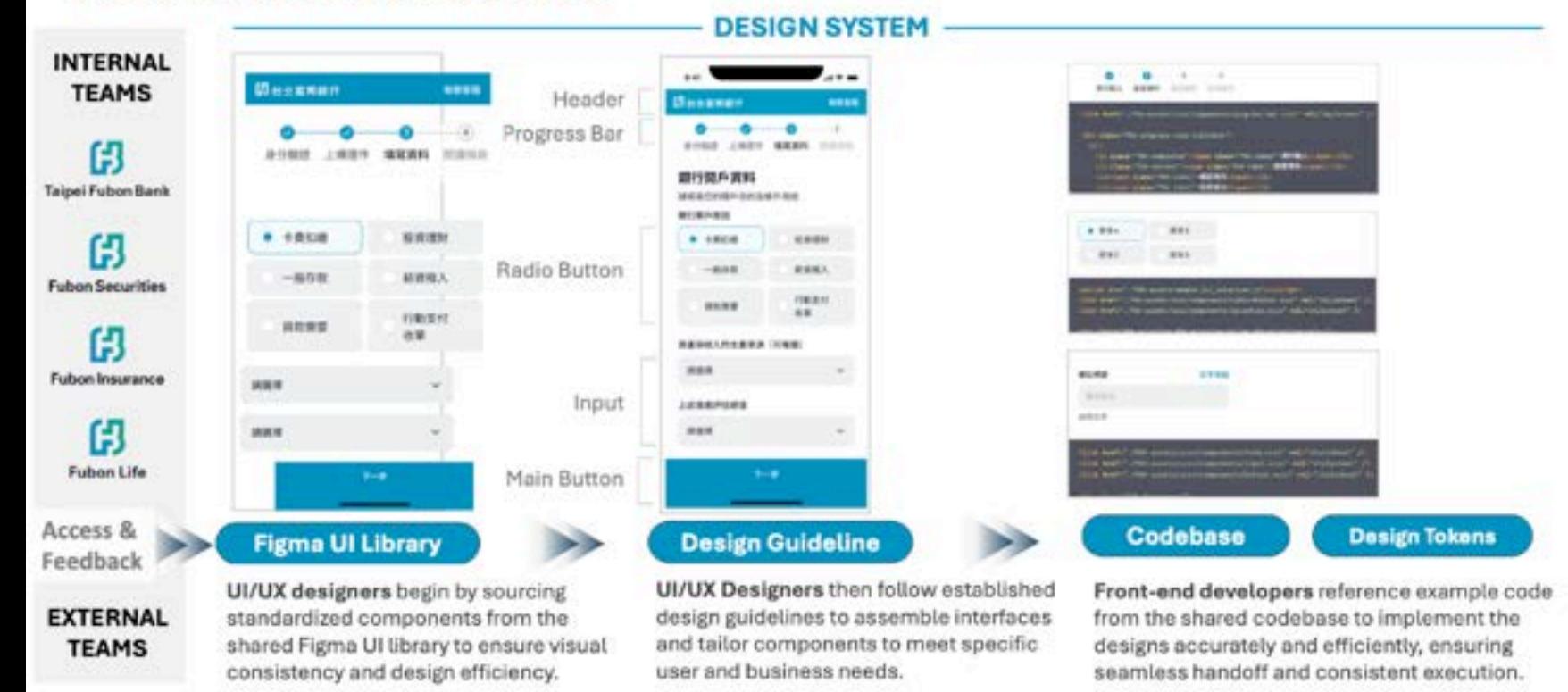
## TEAM

Program Owner | Lai Yen Ju

Coordinating Support | Chu Ting Ting

## 2.1 IMPLEMENTATION & PROCESS

### Infrastructure: One Design Language – Building a Shared Standard Across Four Subsidiaries

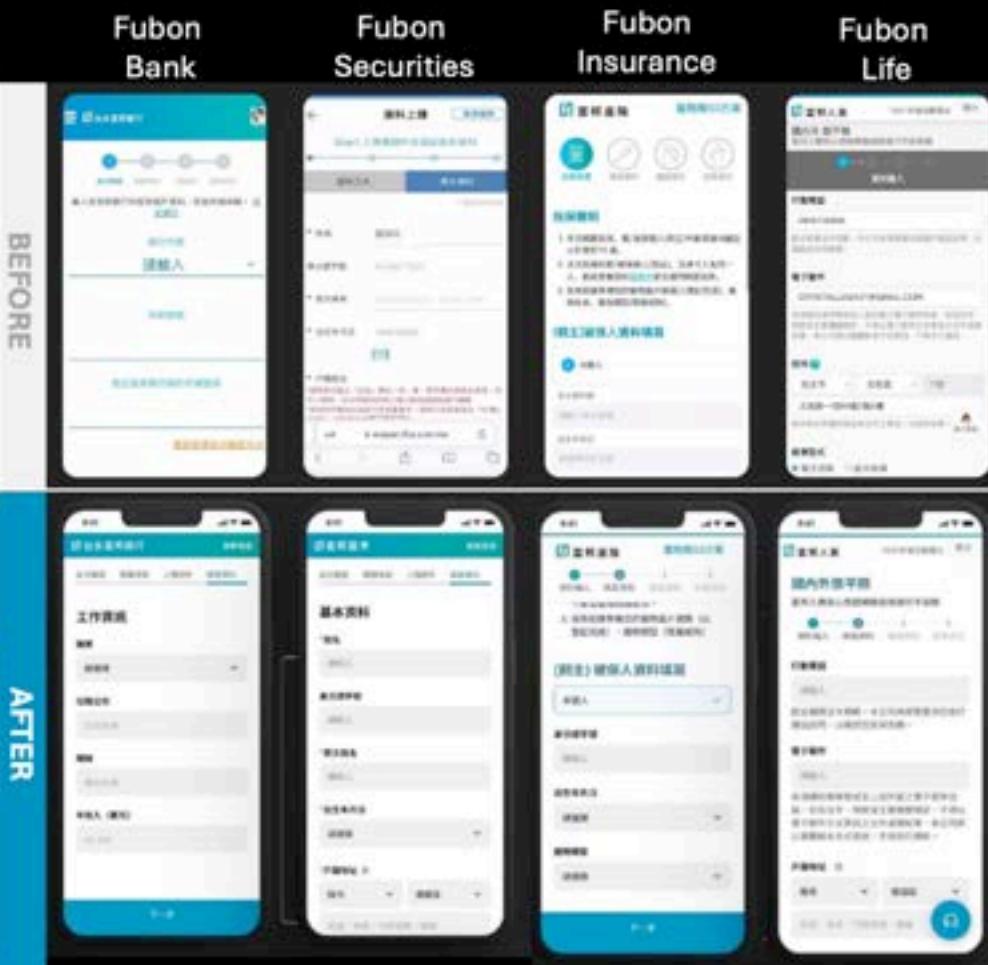


## 2.2 OUTCOME & IMPACTS

### External Beneficiaries: Unified Customer Experience Across All Subsidiaries

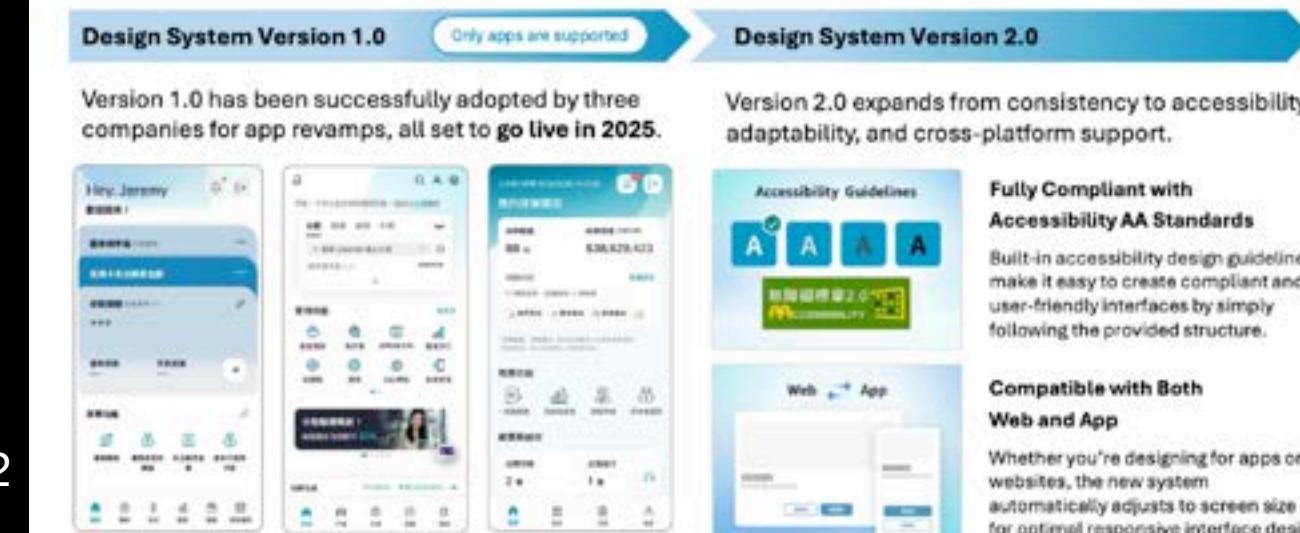
The unified visual and interaction design minimizes learning costs, builds trust, and enhances service clarity—ultimately enabling customers to transition between services seamlessly, without the sense of switching platforms.

ASPECT	BEFORE	AFTER
Brand Recognition	Weak – each UI looks like a separate brand	Strong – unified Fubon brand presence
User Learning Curve	High – different layouts and wording	Low – familiar patterns across apps/websites
Cross-subsidiary Trust	Fragmented experience reduces trust	Seamless interface fosters confidence
Operational Efficiency	Requires redundant design efforts	Shared components save time and cost



## 2.2 OUTCOME & IMPACTS

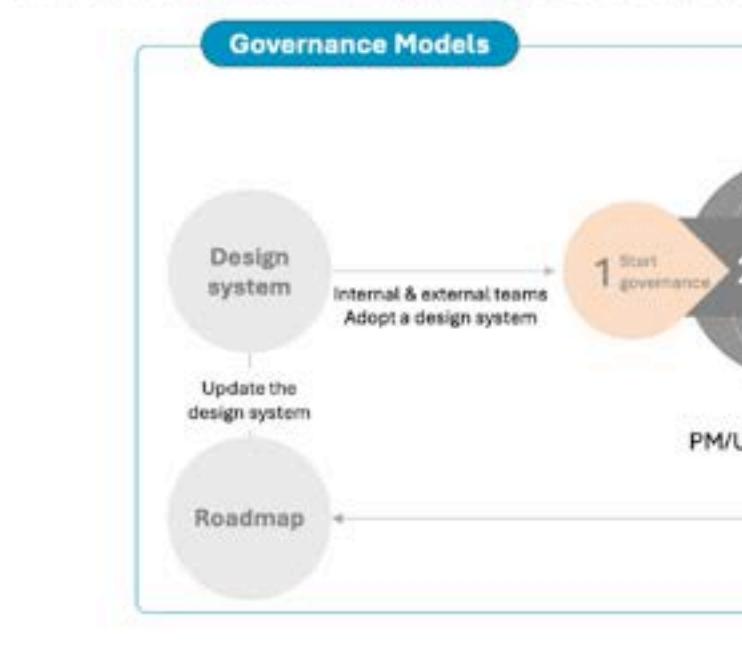
### Design System Evolution Supports Real Scalability



## 2.1 IMPLEMENTATION & PROCESS

### Methodology: Governance Loop – Design to Delivery

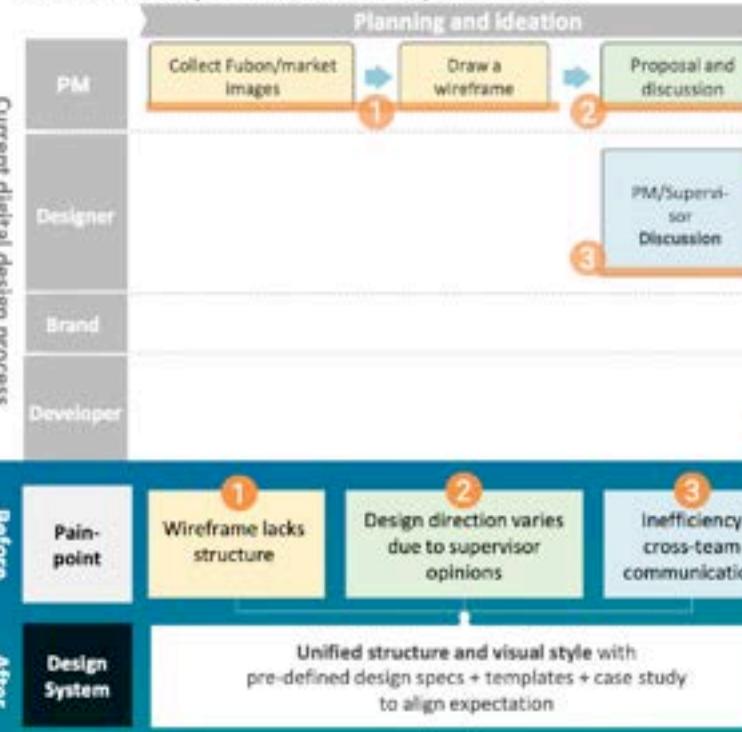
A structured 4-step governance framework ensures consistent checkpoints throughout the digital product/service development cycle.



## 2.2 OUTCOME & IMPACTS

### Internal Beneficiaries: Optimized Workflows

20% improvement in development efficiency and sustainability and resource optimization.



## 2.1 IMPLEMENTATION & PROCESS

### People: Cross-Subsidiary Alignment

To ensure the success and scalability of the design system implementation, it actively involves leadership, middle management, and execution teams.



# Vibe Check in Action

Evaluating AI Design Translation Capabilities

主流AI模型的設計轉譯能力評測

## RESEARCH

A comparative assessment of AI design tools—Gemini 3 Pro, Claude Sonnet 4.5, and Figma Make Design—evaluating their ability to translate design concepts into functional interfaces. By testing text descriptions, hand-drawn sketches, and screenshots across seven key dimensions, the research reveals how design systems unlock 'Builder Mode' workflows that minimize bottlenecks and accelerate iteration.

## DATE

2025 Dec

P.6

### 評測七面向的定義

評測七面向的定義，評估生成的用色透過人類肉眼辨識，是否能察覺與實際品牌用色之間存在誤差。

**A. 取色正確性**: 檢視在介面佈局中所選用的元件，是否符合通常的介面設計原則。

**B. 元件合理性**: 確認生成內容所採用的 icon 或 logo，其比例與用色等面向是否正確且完整。

**C. 圖示完整性**: 生成的圖像是否人類可理解，並且有符合整體的視覺調性。

**D. 插畫完整性**: 針對元件的不同操作狀態，評估系統能否完整生成出所有通常元件應具備的狀態。

**E. 操作互動完整性**: 生成的圖像是否人類可理解，並且有符合整體的視覺調性。

**F. RWD 韻應式設計**: 檢視在介面佈局中所選用的元件，是否符合通常的介面設計原則。

**G. 複雜細節重現度**: 這包含對長文字資訊、元件細部參數規格以及版面間距等微小細節的處理程度。

P.9

### 回答假設1：提供的資訊越豐富越好嗎？

回答假設1：提供的資訊越豐富越好嗎？

請建立一個 Atlassian 的登入畫面

文字說明

手繪稿

畫面截圖

看情境／需求	你擁有	你需要	推薦搭配使用的模型
A / 別人做了，我也想要	畫面截圖	完美複製截圖內容	Claude Sonnet 4.5 Gemini 3 Pro
B / 新功能新流程，需要探索	手繪稿	能給你各種想法/提議	Figma Make
C / 老闆要立刻看到東西，等不了	文字說明	可通靈，且成果具市場平均水準	Figma Make Gemini 3 Pro

P.8

### 評測結果

綜合評價

AI工具/模型	Figma Make	Gemini 3 Pro	GPT-5	Claude Sonnet 4.5	Figma Make	Gemini 3 Pro	GPT-5	Claude Sonnet 4.5
A. 取色正確性	2	2	1	2	2	2	2	2
B. 元件合理性	2	2	1	2	2	2	2	2
C. 圖示完整性	1	1	1	1	2	2	2	2
D. 插畫完整性	0	2	0	2	0	2	2	2

先回答假設2：用了設計系統就會很完美嗎？沒有

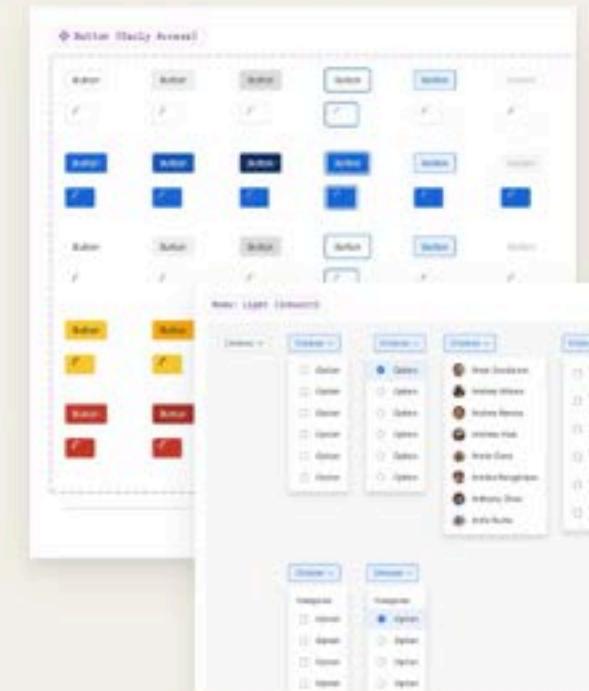
未搭配設計系統製作

搭配設計系統製作

設計系統加持後滿分

## 階段一：建基底

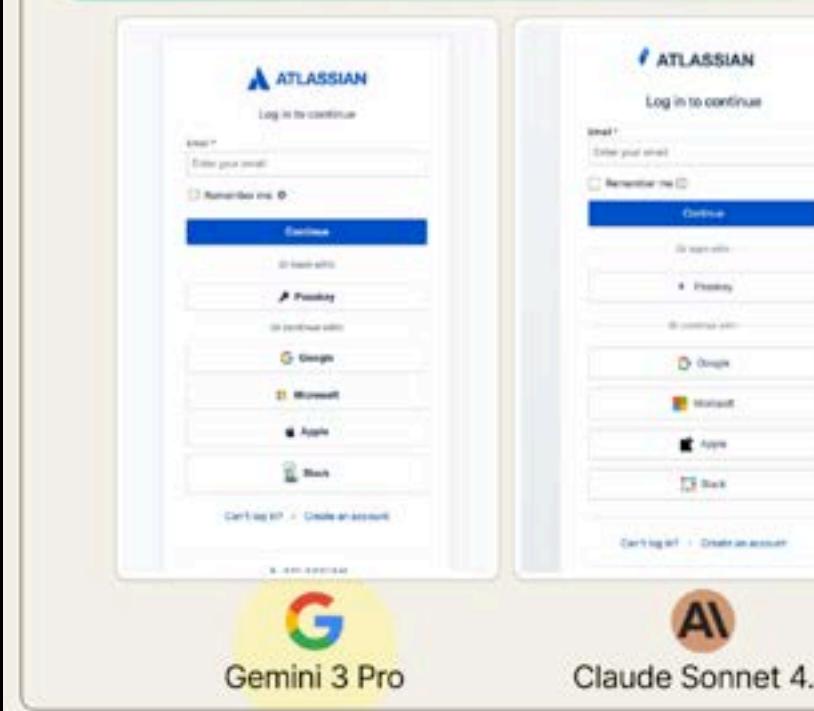
元件



回答假設1：提供的資訊越豐富越好嗎？

## 截圖轉譯能力

忠於原稿



## 階段一：建基底

無設計系統

1. 我需要根據參考頁面建立一致的前端樣式基礎。請協助分析並建立可重用的設計系統基礎。
2. 依序分析：
3. 【參考資料】
4. 參考頁面範例：(例如：1~3 張參考範例)
5. 目標風格屬性：(例如：現代化風格風格、金融專業風、流動性高)
6. 主要色彩和偏好：(例如：藍色系、綠色系)
7. 【任務目標】
8. 領域 1 - 元素建立：
9. 分析參考頁面的設計語言 (顏色、字體樣式、圓角、陰影)
10. 賽取可重用的設計 Token (顏色變數、關鍵系統、字型樣式)
11. 領域 2 - 元素建立：
12. 建立基礎元件集：(列出需要的元件，例如：Button, Input, Card)
13. 每個元件需提供常見變體 (大小、狀態、主題)
14. 【輸出要求】
15. 請將 Token 清單 (CSS 規範或 Tailwind config 格式)
16. 請將元件集提供給設計師

# Genie AI

AI Analytics SaaS for MarTech

## PRODUCT

The platform integrates first-party and advertising data through its GA4 module, uses AI to automate manual analytics processes, and generates actionable insights that drive marketing decisions.

## DATE

2023 March - 2024 June

## TEAM

**Product Manager/Owner** | Lai Yen Ju

**Frontend Engineer** | Ian Chiu

**Backend Engineer** | Chloe

**Data Scientist & Engineer** | Brian Lin, Duncan Chang



Genie AI

我需要一份詳細的上週廣告活動成效週報

提供您這份「上週廣告活動成效週報」

[Download CSV example](#)  
[Open Google Sheet in browser](#)

想從報表裡了解什麼呢？

Genie AI

針對「所有使用者」這個指標，您想了解什麼呢？

Research concept on analytics AI in dashboard

本月廣告投放報酬率低於平均值 10%

根據我的分析，主要原因可能是目標受眾的改變和廣告內容的相關性降低。我發現近期下列廣告的目標受眾範圍過大，需要進行調整。

Ad Set	Age	Reach	Impression	Frequency	Cost per add to cart
Monthly promo	18 - 65	339,373	1,710,975	8.94	\$12.08
Special discount	18 - 65	226,462	2,739,943	9.51	\$11.35

### 建議

調整廣告目標受眾，專注於 25 至 35 歲年齡群體，並更新廣告內容以更好地與這一群體的興趣相契合。以下是以至 35 歲年齡群體的廣告投放預測。

目前廣告目標受眾

建議廣告目標受眾

目前廣告受眾，達成轉換購買者佔 11.41%

建議廣告受眾，預計高購買意願者佔 57.29%

Meta Ads    Google Ads    Google Analytics 4

AI Audience\_Home

User Story  
• 新增一個廣告計劃  
• 新增一個廣告  
• 新增一個廣告內容  
• 新增一個廣告效果  
• 新增一個廣告報告  
• 新增一個廣告數據

CD-1\_Grant Access\_GTM

User Story  
• KPI 計算  
• 新增一個廣告計劃  
• 新增一個廣告  
• 新增一個廣告內容  
• 新增一個廣告效果  
• 新增一個廣告報告  
• 新增一個廣告數據

CD-2\_Grant Access\_BQ

User Story  
• KPI 計算  
• 新增一個廣告計劃  
• 新增一個廣告  
• 新增一個廣告內容  
• 新增一個廣告效果  
• 新增一個廣告報告  
• 新增一個廣告數據

Internal

Revamp user flow and data authorization/integration flow

Monitor Data    Review Performance

Team workshop with engineers for agile development planning.

# Coke+

An App for Customer Loyalty Program

## GOAL

Incorporate all sub-brands under Coca-Cola, establish a loyalty membership program in the app, and achieve a monthly active user base of 150,000 in Hong Kong and Taiwan.

## DATE

2022 March - 2022 October

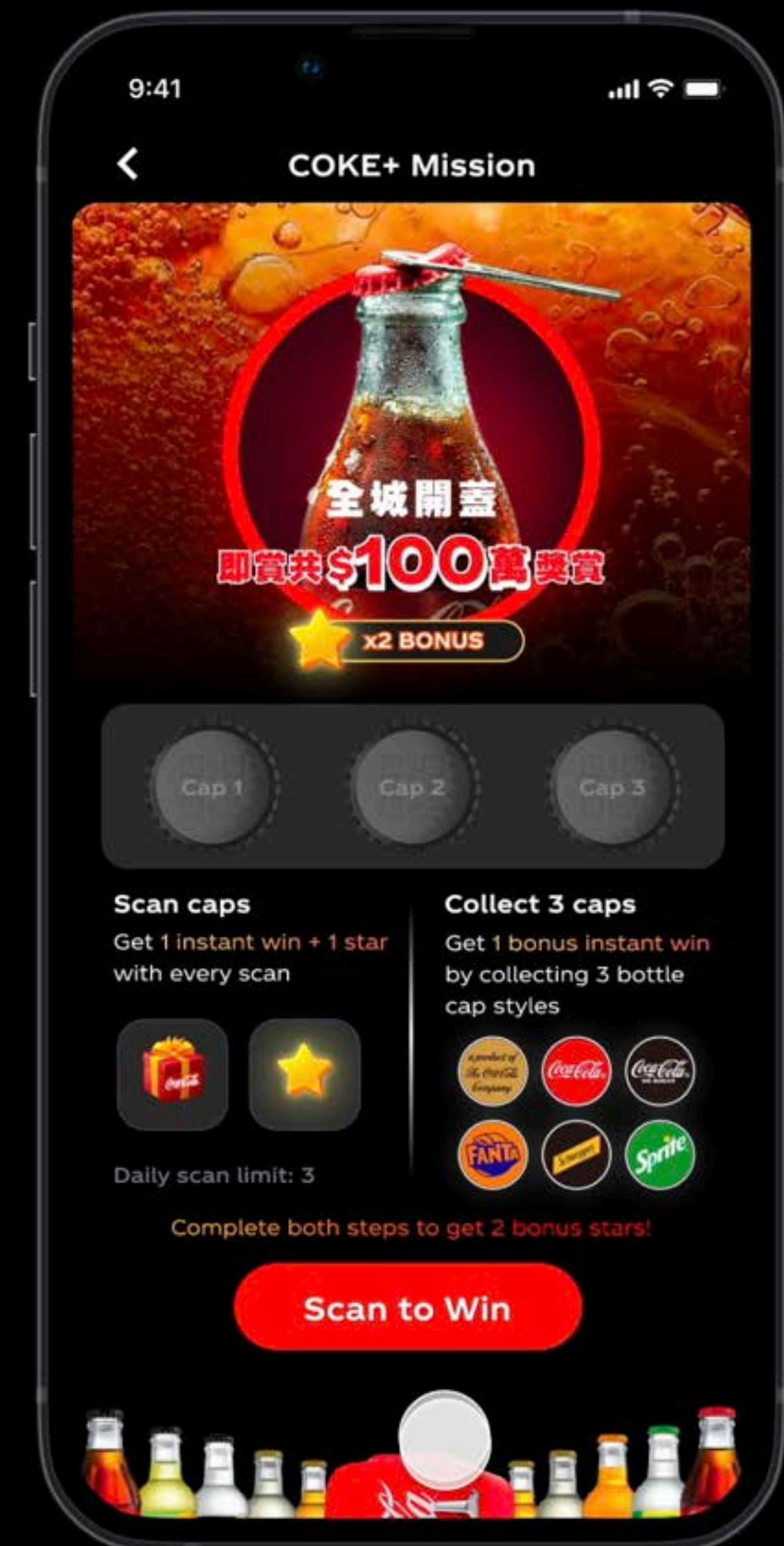
## TEAM

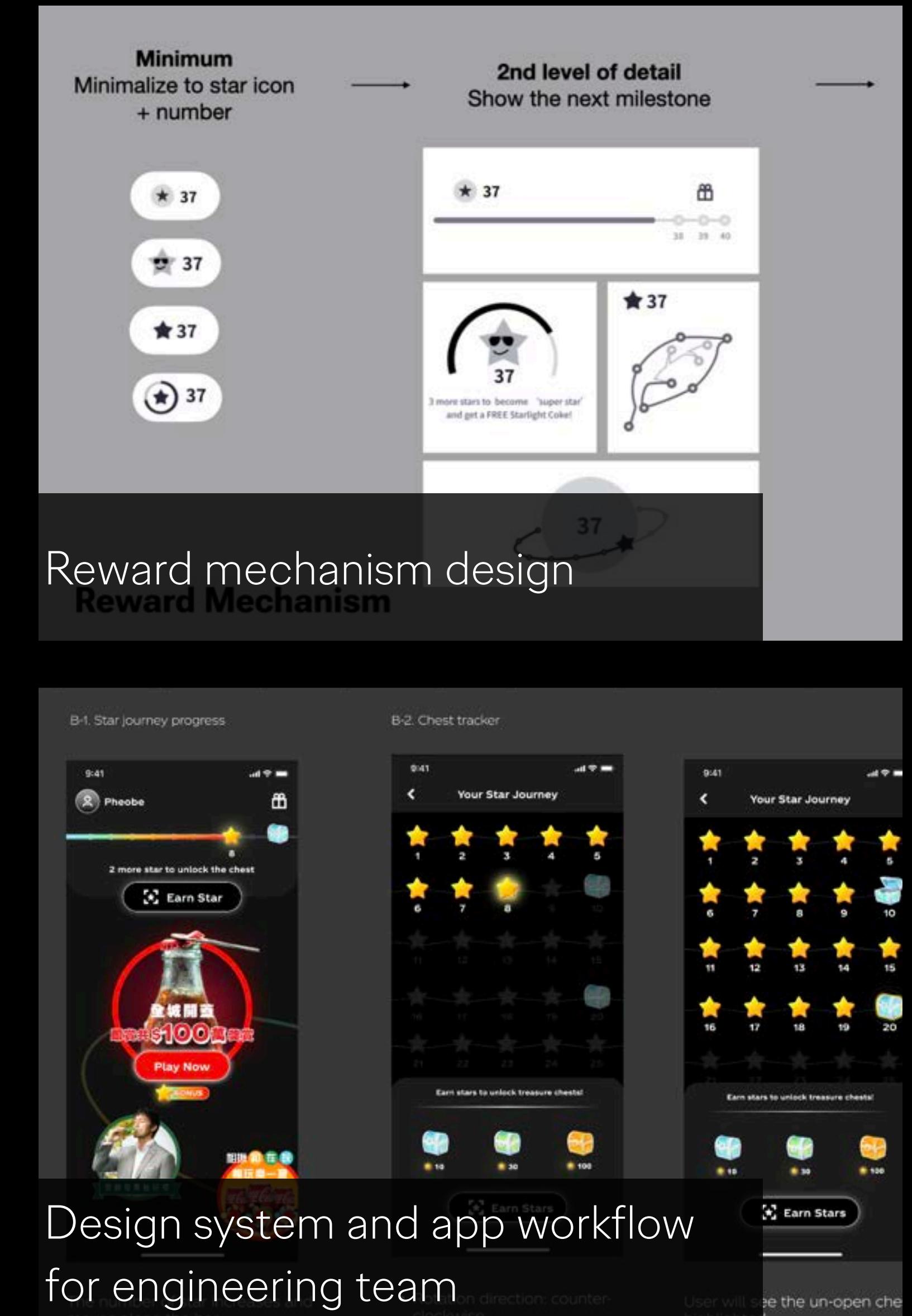
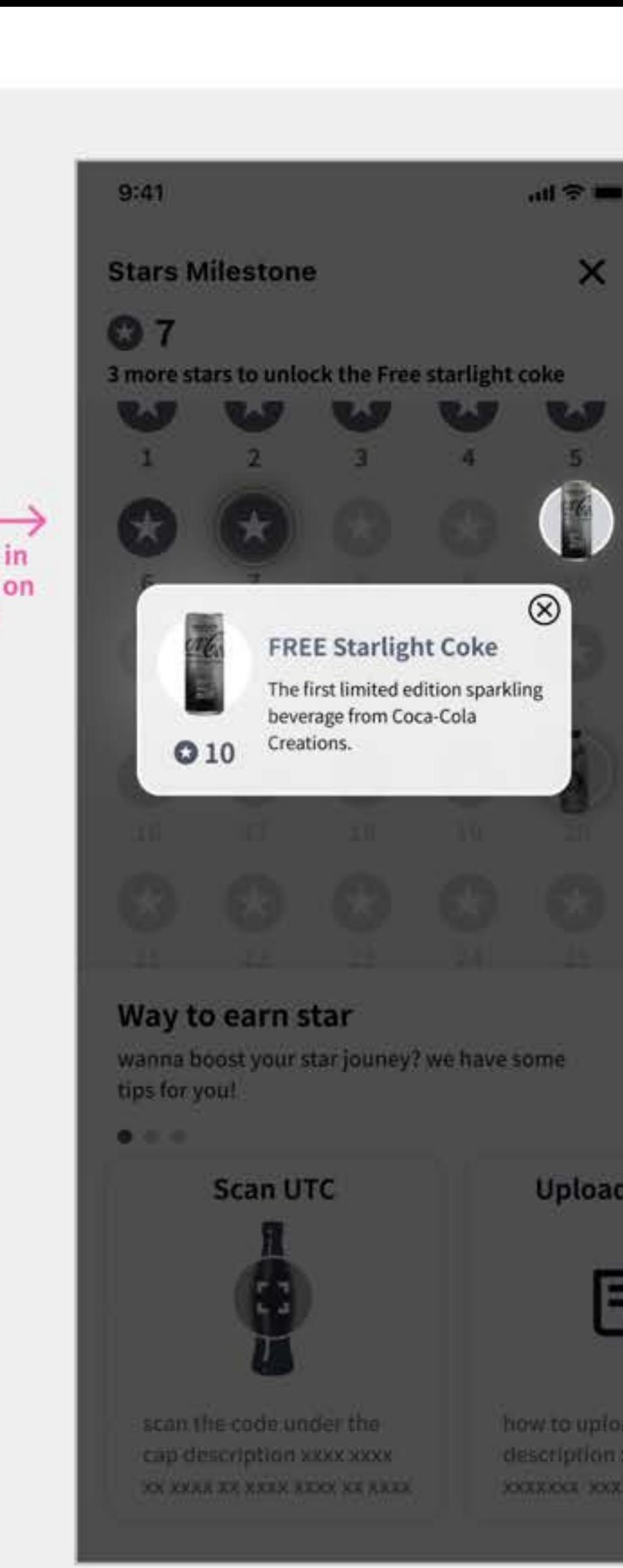
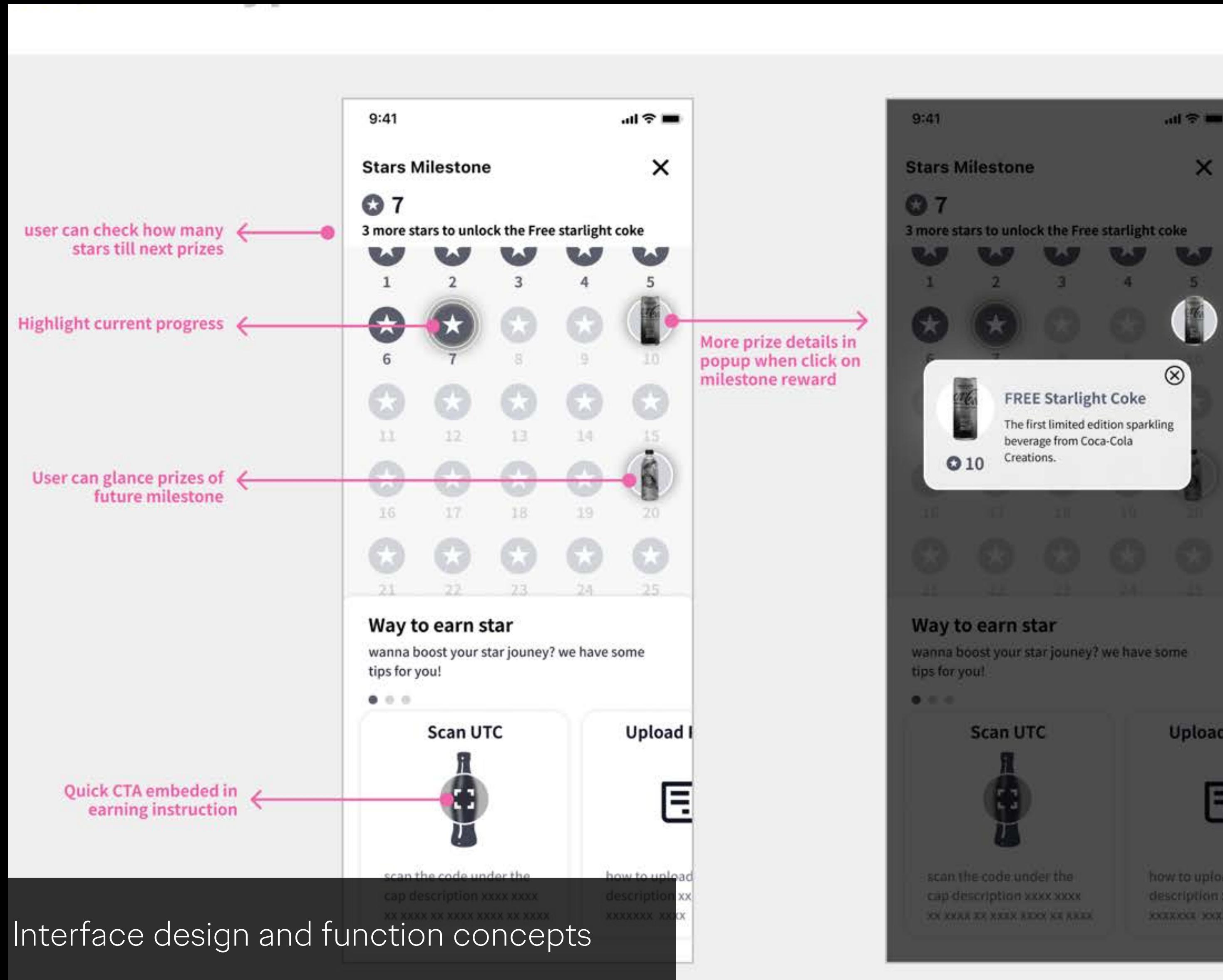
**Design System** | UX Designer *Lai Yen Ju*, UI/UX Designer 劉家琪

**Visual Identity System** | Design Director 許嘉妤, UI/UX Designer 劉家琪

**Information Architecture & Use Case Flow** | UX Designer *Lai Yen Ju*

**Prototype** | UX Designer *Lai Yen Ju*





# Family Mart

# An Innovation Business Model for New Product

# GOAL

FamilyMart planned to launch a new line of ready-to-eat products. We conducted user research and product testing to help the client define their target audience, validate the business model, and position the product's value proposition in market.

**DATE**

2021 December - 2022 January

## TEAM

**Project Owner** | UX Designer *Lai Yen Ju*

**Director** | Experience Design Director 許嘉妤

User Research | UX Designer Lai Yen Ju

**Design Workshop** | Experience Design Director 許嘉妤, UX Designer *Lai Yen Ju*



**OGILVY**

“小孩只喜歡豬肉，但又不能天天煮相同的，要想不同的料理方式，他不挑剔就好”

### 目標任務

- 為家人提供健康營養的餐點
- 做出有變化且符合家人口味的菜色
- 讓家人可以準時開飯
- 兼顧工作與家庭需求，以有限的時間準時供餐
- 讓家人感受到自己付出的料理心血
- 從容優雅地完成料理，還有時間做其他事

Persona 1

# 家中料理供應者

需兼顧工作與家庭的他，要善用有限時間為家人準備晚餐。對他而言料理是必須的例行公事，不會特別享受煮飯過程。但長久累積的料理經驗，讓他對自己的廚藝很有自信，熟悉多種廚具可同時做出好幾道拿手料理，應付家人的胃。

希望獲得的利益 (Gains)	痛點 (Pains)
<ul style="list-style-type: none"> <li>便利的採購管道</li> <li>多變的菜色組合</li> <li>可輕鬆完</li> <li>可信賴的</li> <li>彈性有自</li> <li>省時的料</li> <li>輕鬆的料</li> <li>他人可感</li> <li>高超的廚</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不希望被群組訊息疲勞轟炸</li> <li>頻繁地規劃家人會喜歡的菜色</li> </ul>

Red text indicates pain points related to meal preparation.

Persona 1 白天流程

家中的料理供應者

早上

中午

晚上

第 1 页，共 1 页

An illustration of a chef with short brown hair, wearing a white toque blanche (hat) and a white apron. The chef is holding a metal whisk in their right hand. To the right of the chef, the text "料理先生" (Cooking Teacher) is written in a large, black, stylized font.

A cartoon illustration of a woman with long brown hair, wearing a dark blue top. She is holding a white smartphone in her right hand, which displays a small icon of a red bowl with a spoon inside. The background behind her is a solid purple color.

在忙碌的工作之餘，自己煮飯除了能省錢外，也很享受動手完成一餐的樂趣。平時只需要煮給自己吃，常用較易駕馭的料理方式，對料理的成果要求不高，透過食譜

學習特別想吃的新菜色，反正失敗難吃也沒關係。

營銷獲得的利潤 (Gains) 痛點 (Pains)

希望獲得的利益 (Gains)	痛點 (Pains)
<p>• 明確易懂、可遵循的料理指引</p>	<p>• 不希望被群組訊息疲勞轟炸</p>

- 想要自己煮煮看
- 新奇的菜色
- 容易上手的菜色
- 要在短時間內完成採買食材
- 來不及在保存期限內煮

- 容易上手的菜色
- 友善指導的賣家
- 不少及在你仔細限內點

1. 有效率且省錢地滿足日常飲食  
2. 吃到想吃的料理

- 省時的料理程序
- 精簡的備餐步驟

```

graph LR
    A[想要自煮] --> B[规划]
    B --> C[採購]
    C --> D[準備家存放]
    D --> E[料理前準備]
    E --> F[料理中]
    F --> G[輕鬆的料理後清潔]
    G --> H[份量適當的食材]
    H --> I[增進採購食材的決策自信]
    I --> J[吃到想吃的料理]
  
```

- 學習更多料理知識

• 亂用調味料：調味料的量要依循「少鹽、少油」原則，才不會有過重的風味。  
• 烹煮時間過長：烹煮時間過長會使營養素流失，才會有過熟的風味。  
• 過度調味：過度調味會使營養素流失，才會有過咸的風味。

上 YouTube 看影片了解做飯的食材、相關料理的標記有底屬，那麼做出來的飯才

●	要讓每個城市能夠達到新的 新高度的建築品質，堅持到 底是唯一的一條路。	◎ 建成後的社會面被擺不 開的樣子應該是怎樣？ ◎ 有沒有計劃對外宣傳 ？（向外和對外說明）。	● 當完成的社會面被擺不 開的時候該怎麼辦？ ● 多半會計劃內完成，不然 就是因為天災才倒 掉，還是得再找空地 裡，不如拿去蓋別的。	● 沒用完都正好拿出 來，如果要擴大才倒 掉，而且百萬花在空地 裡，不如拿去蓋別的。	● 請教導學生，怎樣養護 自己和自己，賣出去再空地 裡，不如拿去蓋別的。	● 對這些問題沒有直接回 答，但心緒卻十分暢快。
---	---	--	---	---	--	-----------------------------

• 《新約全書》：「  
士羅隱：這是半部歷  
代，少了半部別有奇  
妙經。」

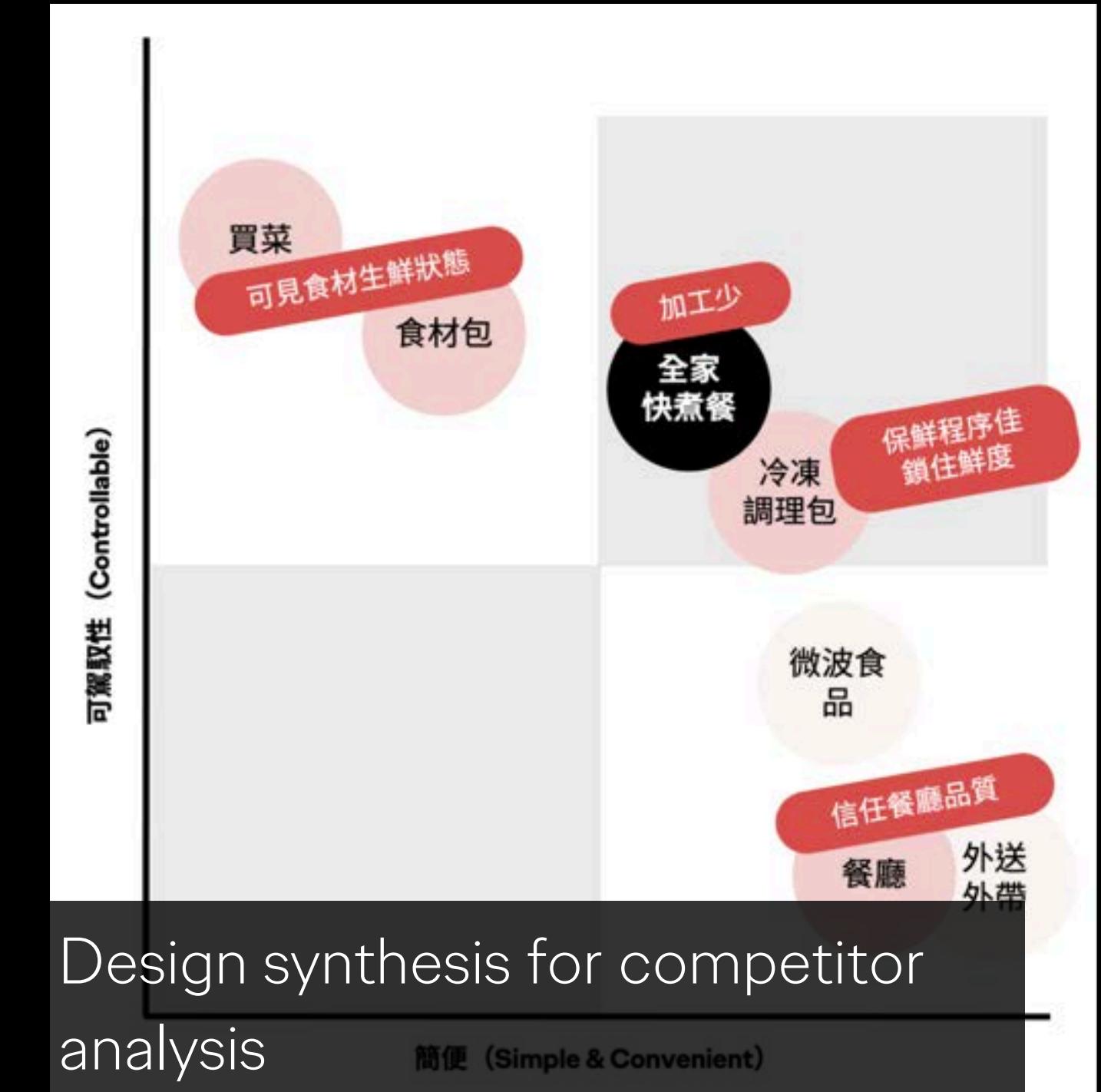
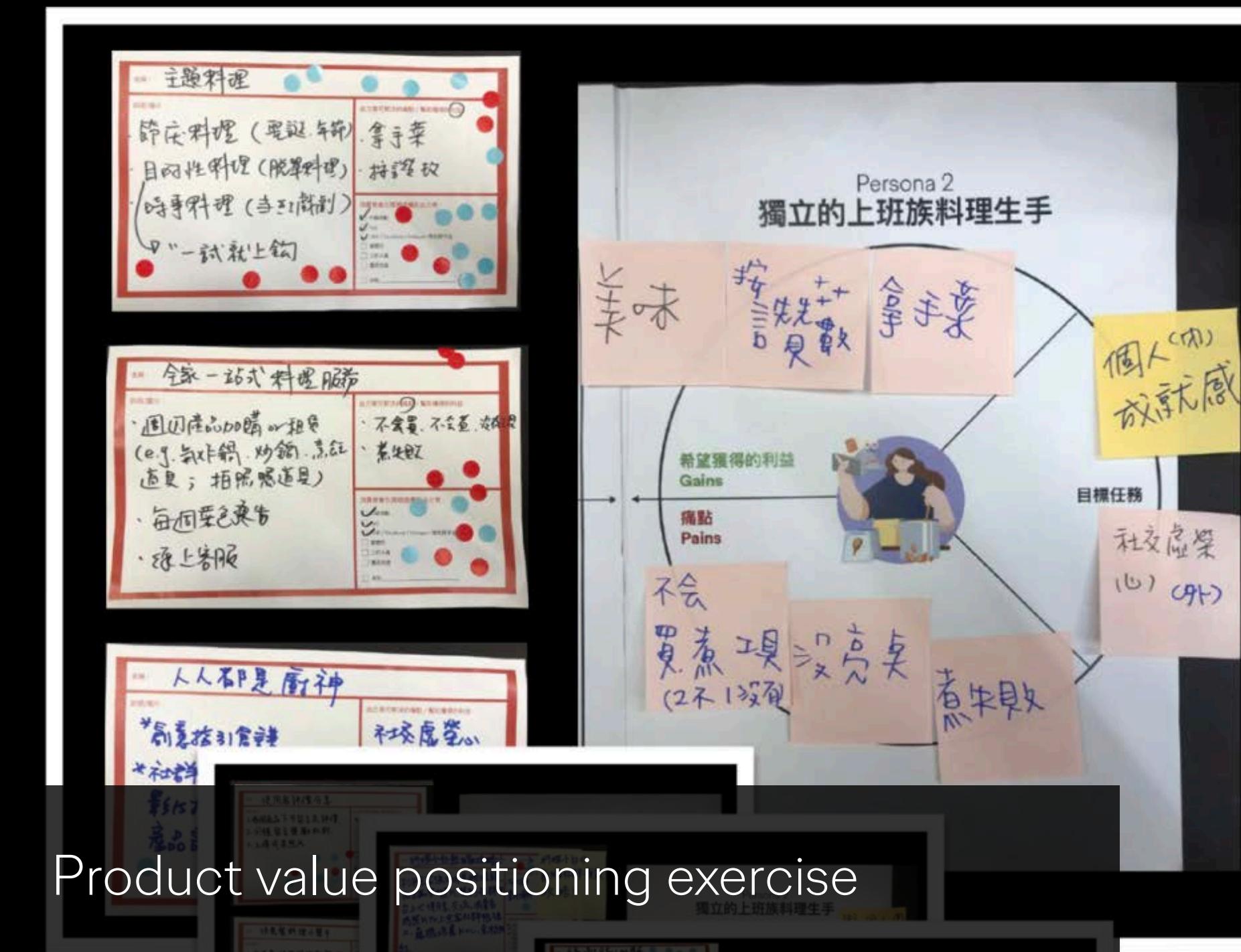
• 論述詩歌的詩學：將  
不知詩家而科釋，只詮釋  
樂譜。

• LINC：錄訂閱的古書，將  
論語這裏對每一句讀法，  
照錄他人所認為的。  
• 配合著者書中成段，作  
爲標題。

• 漢水拾遺錄卷之三，海  
外記：將詩家註解全部  
刪去，只將詩家、詞句列  
出。

• 紹興刻本詩集卷之三，海  
外記：將詩家、詞句列  
出。

• 用原書會意法，將漢賦  
與標題注上，完成科傳  
後續部分的整理。





## New Experience Design for E-Commerce

### GOAL

TR+ is an e-commerce website of the Techforce Group, selling products from all the group's home living brands. The goal was to identify customer needs through CRM data analysis and propose strategic recommendations for future product development.

### DATE

2021 September - 2021 November

### TEAM

**Project Owner** | Experience Design Director 許嘉好

**User Research** | UX Designer *Lai Yen Ju*

**Strategy & Ideation** | UX Designer *Lai Yen Ju*、Strategy Department





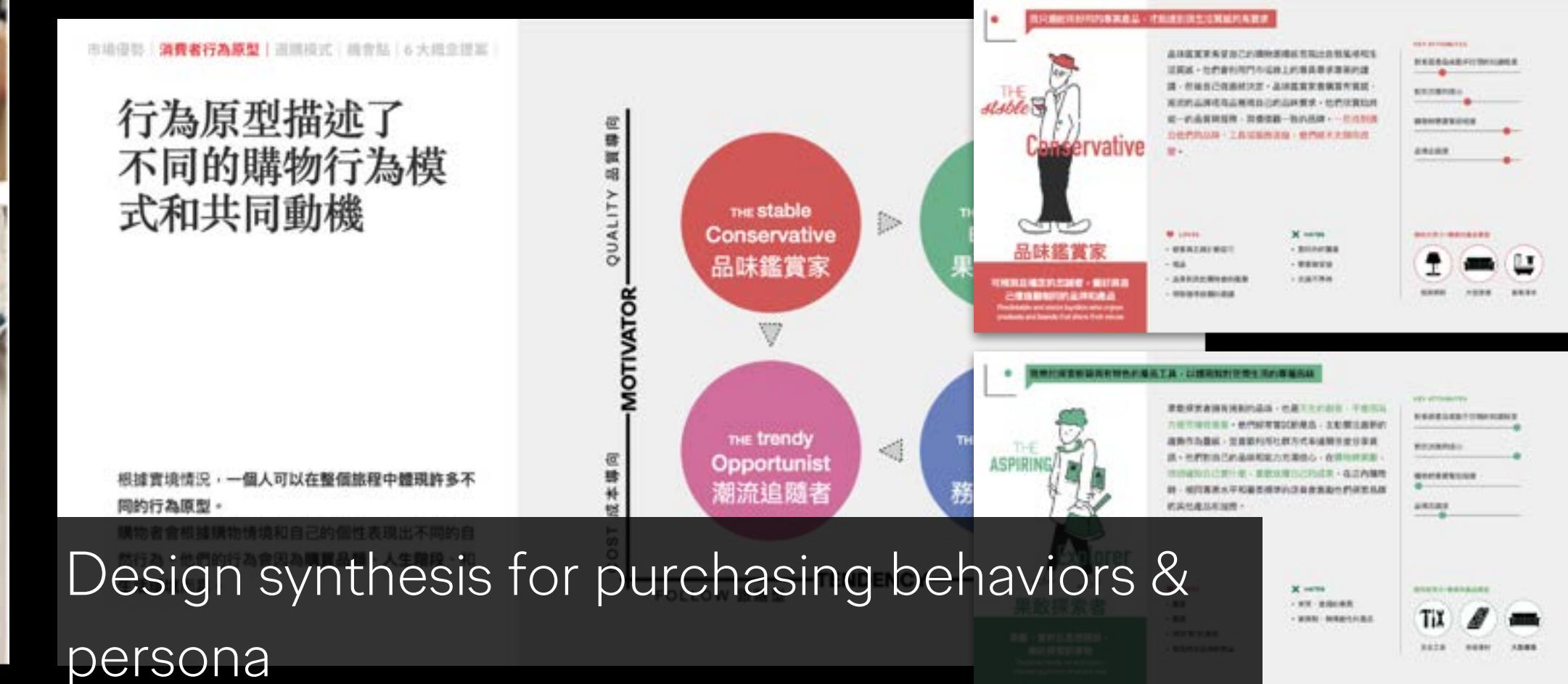
# Concepts design for workshop sessions



# Design synthesis for purchasing behaviors & persona



# Design synthesis for customer journey map of different product category



行為原型描述了  
不同的購物行為模  
式和共同動機