

The MentorShip Program | 第六屆曼陀號領航計畫使用者體驗設計組

第三場月會 — 實務經驗

船長 Mark Liang



August 24, 2024



Agenda

9:00-9:20

水手互動

破冰環節 / 緩衝時間

9:20-9:50

故事分享

船長專案實務經驗分享

10:00-11:10

主題活動 (Case Study)

10:00-10:30

是否有成功發揮設計影響力的案例？

小組討論 + 跨組分享

10:30-11:30

案例分析與討論

小組討論 + 跨組分享與回饋

11:30-11:45

Q&A

11:45-12:00

回饋時間



水手互動

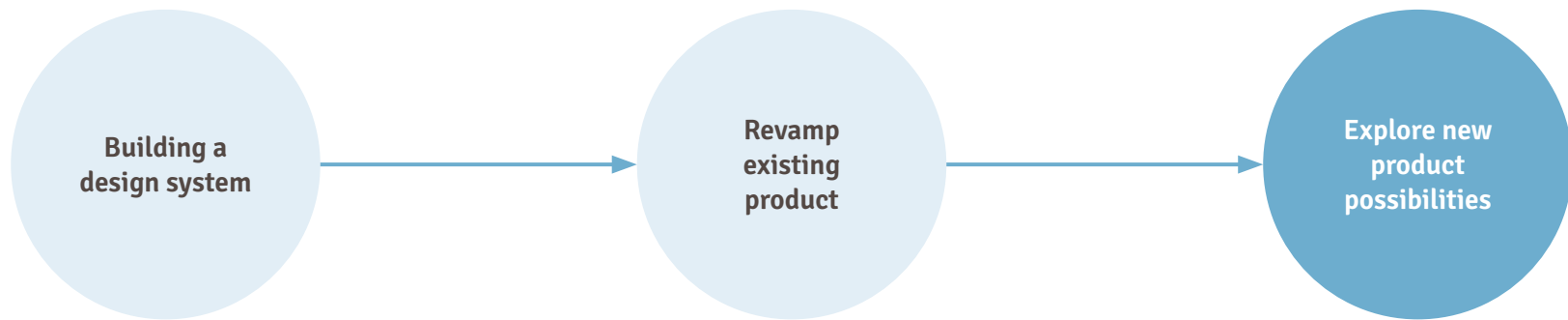
由助教與引水人
共同準備破冰環節



故事分享

船長專案實務經驗分享

KKBOX 三個專案經歷





Building a design system

2020-2022

Building a design system

設計發起擴大到開發團隊的經驗

專案背景與目標

剛加入 KKBOX 時，我推動的其中一個任務就是全面導入 Figma 來製作設計檔案，與此同時也在考量要怎麼在 Figma 上從 0 建置設計系統。目標包含根據產品現況在 Figma 上建置好所有的元件、幫助設計師們可以更快上手產品的介面設計，以及和工程團隊協作元件化方便後續開發使用。

主管的角色

除了倡導設計系統的重要性外，也要安排設計系統建置的時程，並召集所有設計師在有餘裕的時候按部就班執行元件的建置與規劃，並找尋參考案例方便我們知道成果的樣貌。

Building a design system

設計發起擴大到開發團隊的經驗

主要的挑戰

1. 要考量是否要多平台同時進行
2. 盤點很費時費力, 如何保持團隊的動力
3. 工程端的現況很混亂需要了解目前的實作方式
4. 推進到工程實作困難
5. 大家也都還在摸索 Figma Component 的製作技巧, 很需要指導

推進的方式

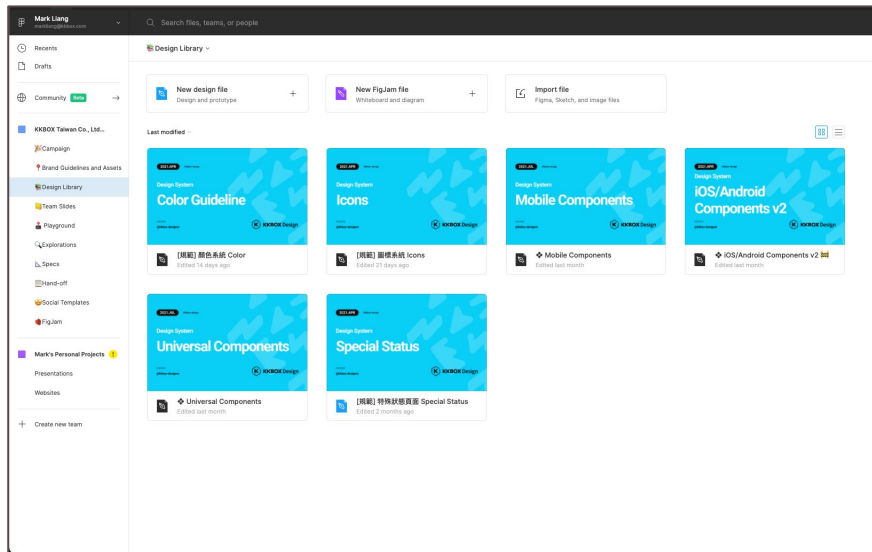
1. 盤點產品現況
2. 確認設計系統的要素
3. Figma 元件建置與文件化
4. 工程端對接與紀錄

Building a design system

設計發起擴大到開發團隊的經驗

階段性的成果

我們在 Figma 檔案中建立了一個 Design Library 的資料夾，分別放入了 iOS/Android 的元件總檔、桌機版的元件總檔、官網的元件總檔、顏色系統、圖標系統、字體系統、特殊狀態頁面等專案檔案；有了這些建置好的檔案，設計師們能夠更快速的找到自己需要運用的元件在自己的專案中，並且在有需要更新的時候團隊會召集 Design Library 的小組進行討論。



Building a design system

設計發起擴大到開發團隊的經驗

專案學習

1. 初期如何帮助大家了解目標與重要性十分關鍵，也要切分好階段性的任務與成果。
2. 目標不要訂得太廣太雜，避免增加設計師與工程師的負擔。
3. 有固定資源 + 上層的背書能更有效推進；但沒資源也有沒資源的推進方式。





Revamp existing product

2021-2023

Revamp existing product

眾多利害關係人的專案推進經驗

專案背景與目標

Revamp 專案的目標就是在於創造有感的產品體驗改變，讓品牌精神、好的體驗價值都能夠被好好展現。同時團隊也趁這個時候還一些設計債，產品歷經多年的迭代會發現因為不同頁面的重要性不一，導致更新頻率也不同，而產生了新舊元素/頁面夾雜情形，因此翻新產品功能與介面的一些不一致性也是我們的任務之一。

主管的角色

身為主管我首當其衝要掌管好體驗改善的方針、願景，以及思考循序漸進地推動方式，帶領團隊一起針對現有產品進行全盤的檢視；過程中也不斷地需要和不同利害關係人溝通一些功能改動的原因。

Revamp existing product

眾多利害關係人的專案推進經驗

主要的挑戰

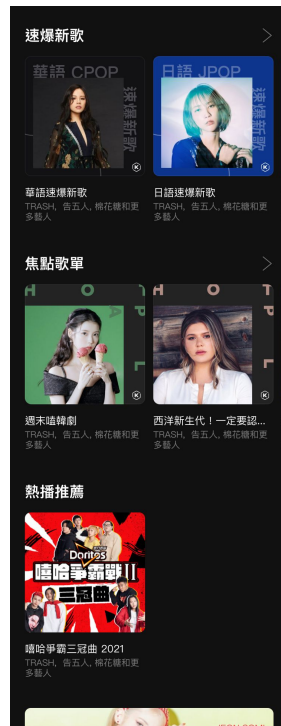
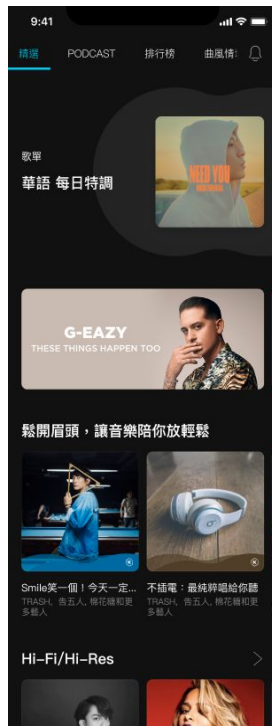
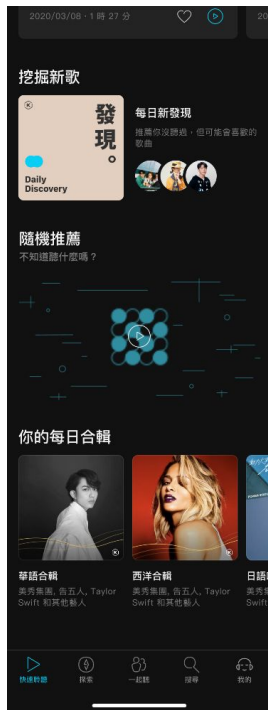
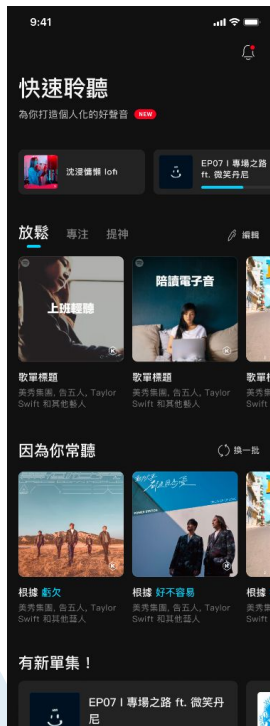
1. 改動的範疇太大, 要想辦法擬定從何下手
2. 多軌進行的情況下, 不少頁面的翻新會排不進開發流程; 同時在執行過程中會不斷有新的支線產生...(還技術債、設計債)
3. 體驗改善因資源有限下會被拆分成多個 Phase, 如何確保 Phase 1 尚未完善的版本上線也能滿足用戶的預期?

推進的方式

1. 定調在探索體驗的改善, 專注在首頁與架構的改版。
2. 搭配數據與用戶回饋來規劃新模組的設計與舊模組的翻新。
3. 運用工作坊蒐集跨部門的探索體驗想法, 彙整改版提案中的不同元素。
4. 不斷地向上溝通與佈達進度。

Revamp existing product

眾多利害關係人的專案推進經驗

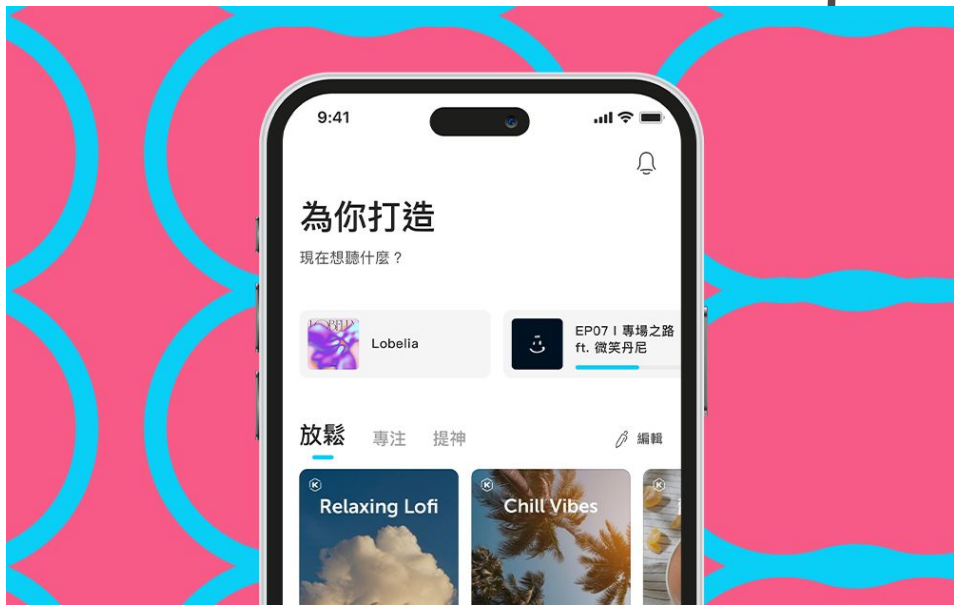


Revamp existing product

眾多利害關係人的專案推進經驗

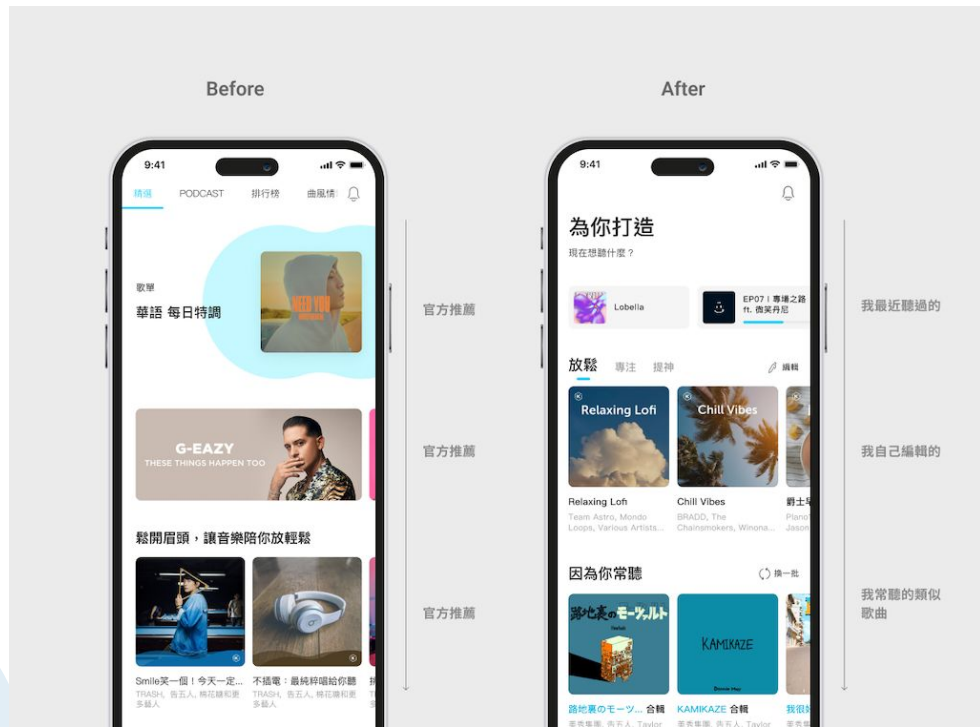
階段性的成果

新的首頁「為你打造」在定期的產品體驗調查上有看到正面的影響；在產品數據方面，我們也觀察到新的版本有將原先只聽 My Library 的用戶拉攏 5% 左右進到「為你打造」來嘗試個人化的推薦內容，另外有使用「為你打造」頁面尤其是使用最近聆聽的用戶，他們的 Retention 也要相對較高，代表著新的首頁是能符合用戶的需求，也符合我們最初想達成的目標。



Revamp existing product

眾多利害關係人的專案推進經驗

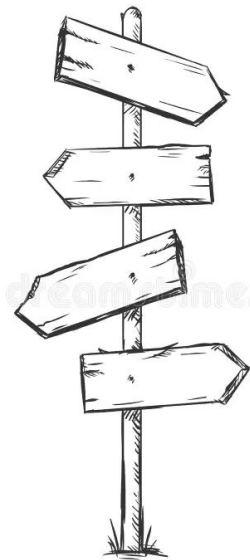


Revamp existing product

眾多利害關係人的專案推進經驗

專案學習

1. 專案範疇太大的時候需要平衡短期與長期目標，並且控管好不斷發展出來的支線。
2. 過程中也需要適時的有一些小成果推動大家的熱忱，避免超過半年都還未看到進展，心很累。
3. 設計團隊除了要時時關注既有用戶的回饋與需求外，也要注意不同部門對於 Revamp 抱持的期待與看重的地方在哪。
4. 設計與產品團隊就必須平衡內部需求、用戶回饋以及改變的宗旨理念，來從中做一些決策與取捨。





Explore new product possibilities

2023-2024

Explore new product possibilities

面對模糊需求設計團隊探索的經驗

專案背景與目標

公司有意想要運用我們對於音樂產業的技術與認知，來發展全新的產品線。目標是要在年底前能夠發展出至少一個可以 demo 的產品，必須是和音樂相關的獨立 App，並且會嘗試評估是否能往下進行開發與上線。

團隊名稱: Adventure Squad

主管的角色

- 身為主管的我並不在新產品團隊中執行專案，參與比較多是前期引導一些流程的嘗試，以及過程中協助各項工作坊或概念提案的討論，並提供團隊需要的資源 (使用者測試、Landing Page 製作、廣告投放等); 另外也要適時的向上匯報與蒐集回饋。

Explore new product possibilities

面對模糊需求設計團隊探索的經驗

主要的挑戰

1. 團隊沒有 0 → 1 的相關經驗
2. 公司給的方向模糊
3. 初期沒有工程資源可以協助
4. 沒有商業價值判定的能力
5. Go or No go 誰說的算？
概念好壞的判定標準？

推進的方式

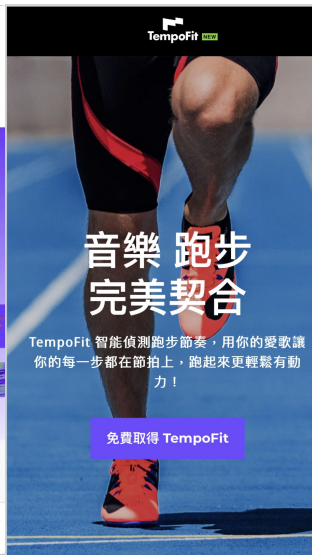
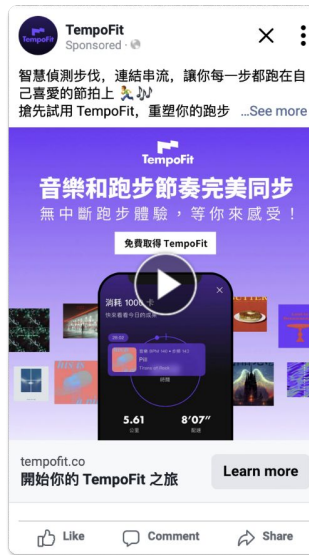
1. **第一階段**: 跑概念發想的循環, 好幾輪下來提出大量的草稿概念。
2. **第二階段**: 拆分兩組, 一組繼續進行痛點的找尋與概念的發想, 另一組從過去發想過的 idea 中篩選出能夠往下深入研究的提案。
3. **第三階段**: 選定題目後往下發展, 做產品 mockup、使用者測試也做了 Fake Door 測試等, 來驗證概念的價值。

Explore new product possibilities

面對模糊需求設計團隊探索的經驗

階段性的成果

我們在年底前有推出一個 TempoFit 的跑步用的音樂產品概念，針對這個產品概念我們也做了技術驗證，並且透過 Fake Door 測試的方式，建立了一個 Landing Page 去做廣告投放，若對產品有興趣點擊「取得 TempoFit」的話，會進入問卷連結進行填答，幫助我們追蹤數據來了解產品概念的吸引程度。從數據與問卷回饋來看，台灣的受眾中有 39.1% 表示對產品概念有興趣，其中有 97% 的人表示有可能會下載，也獲得 409 位首批受測者的聯繫方式。



TempoFit

加入 TempoFit 搶先試用名單

我們正在尋找第一批免費試用的用戶！

在產品開發之前，我們想多了解你，花 3 分鐘填寫問卷協助我們打造更好的產品，即可獲得優先體驗 TempoFit 服務的機會！

*1. 如果 TempoFit 今天上線了，請問你有多大可能下載使用呢？

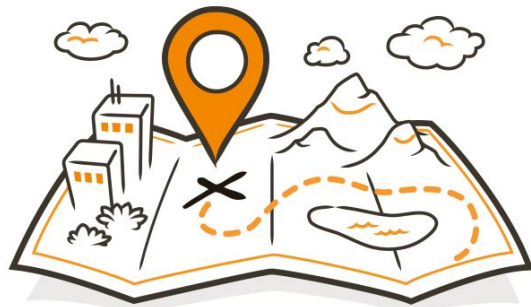
- ☐ 相當有可能
- ☐ 有可能
- ☐ 普通
- ☐ 不可能

Explore new product possibilities

面對模糊需求設計團隊探索的經驗

專案學習

1. 針對新產品的推進，必須每個人放下自己的職能，去扮演好「創業家」的角色做規劃。
2. 前期有工程資源幫忙做技術探索也很重要。
3. 面對模糊的需求要定期幫設計師們建立信心，即使短期看不到成果或是隨時可能會轉彎，也要相信團隊訂定的創新流程。
4. 必須備好彈性的資源運用，來應對各種不確定性。
5. 應該要更頻繁地向上管理，能夠有上到下的決策會走得更踏實。



“ 有時候難的不是怎麼做設計，而是怎麼在公司/組織中做設計...” ”



Q&A

Do you have any questions?



主題活動

發揮設計影響力的案例分享
案例分析與討論

01 是否有成功發揮設計影響力的案例？

小組討論 & 跨組分享

為什麼？

藉由瞭解他人的成功案例經驗，可以為自己的工作提供新視角和方法，進而思考自己面對到的挑戰是否有更好或更可行的解決方案。

形式

分組由航海士引導大家分享過去運用**軟技能**等發揮設計影響力的經驗，並嘗試彙整出設計師在專案中的關鍵角色與能力。

01 是否有成功發揮設計影響力的案例？

小組討論 & 跨組分享

軟技能列表：

- 溝通 / 聆聽 / 紀錄
- 團隊協作
- 同理心
- 問題解決能力
- 適應力
- 談判力
- 時間管理能力
- 批判思考

01 是否有成功發揮設計影響力的案例？

小組討論 & 跨組分享

什麼是設計影響力？

發揮設計影響力意味著能夠有效地引導和改變組織的決策和行為，使設計成為動專案/產品成功的重要因素。

- 促進跨部門合作
- 建立設計標準和流程
- 推動創新
- 提升產品品質
- 推動使用者中心的文化
- 透過數據影響業務決策

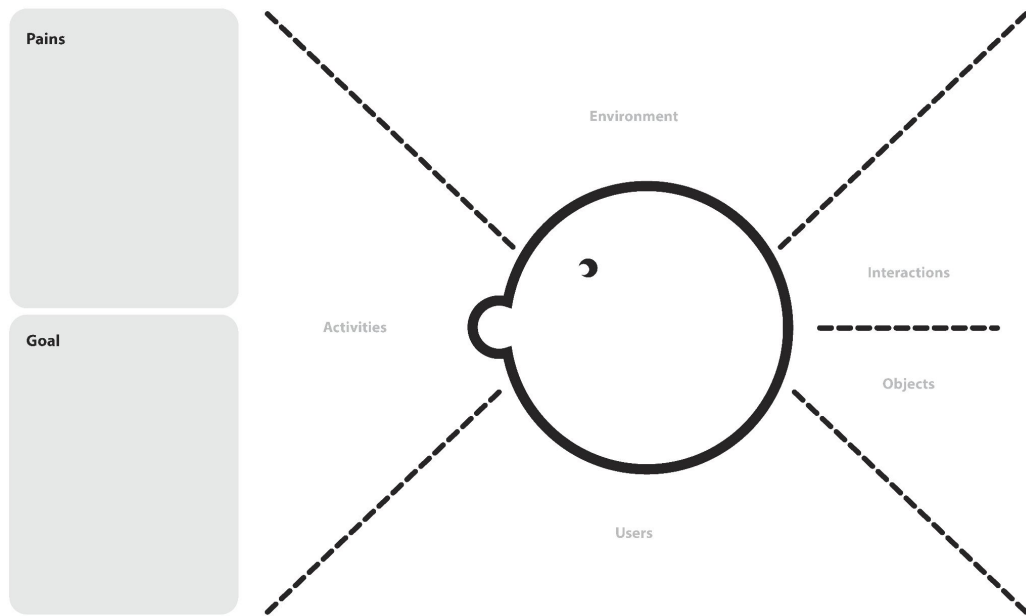
02 案例分析的流程與方法

Case Study Discussion Points

1. 找出案例中的主要問題點
2. 分析案例中有哪些關鍵角色
 - a. AEIOU 觀察法也適用 (活動、環境、互動、物件、人)
3. 討論潛在可行的策略來解決問題點
4. 反思設計師的角色
 - a. 整理設計師需發揮的重點軟技能
5. 整理成可分享並搜集回饋的形式：
 - a. 問題、觀察、策略、設計師的角色...etc.

02 案例研究的流程與方法

Case Study Discussion Points



02 案例分析與討論

分組討論、跨組分享與回饋搜集

由各組在導讀中分享的難題案例中，選擇一位成員(案主)的情境當作案例，整理成一個簡短的情境敘述*，並將此案例交由下一組進行案例分析與討論 (A→B, B→C, C→D, D→A)
各組針對案例討論完後，會輪流進行跨組的分享，並且由案主的組別進行提問與回饋。

註1: 情境敘述需包括: 背景介紹 (公司/團隊)、挑戰描述 (具體說明問題的內容、影響範圍、時程等)

註2: 若針對案例內容有疑問可以隨時諮詢「案主」!



Q&A

Do you have any
questions?