



## 資傳系演講-訊息與體驗設計

時間：2023-03-28

地點：L205

主講人是資傳系畢業的系友林品萱，曾在 Alibaba Group 八年的時間，擔任交互設計師、高級體驗設計師和體驗設計專家。今天演講主要內容如下：

### 一、用戶體驗設計概述

用戶體驗又可以稱為 UE/UX，最早是由唐納德·諾曼所提出，在用戶接觸產品或服務的時候，從開始到結束的所有體驗過程，其中用戶的情感喜好和認知態度等等都包含在裏頭，而設計師就是要將這些過程綜合考量可用性、情感化等各種因素做出讓用戶滿意的設計過程，最終呈現在用戶面前，最重要的是要以人們的體驗為中心。其次設計價值金字塔，在商業領域裡設計師須以小見大，以規模性體驗當作目標，要將商業、社會跟生態體驗都要設想考慮到能做出甚麼改變及價值。而設計則是以人為出發點，設計的價值可以是一種體驗感受，一種動機、期望、需求等要素綜合後的體驗感受。

### 二、商業化場景的用戶體驗設計方法

在用戶行為中有五個重要過程「感知-預測-行動-反饋-認知」，其次用戶視角和設計視角也有很大的不同，用戶視角是透過物品來思考背後的動機，而設計視角則是針對不同的群體去做不一樣的需求，確定該用戶的需求並根據分析選擇一個合適該用戶的工具，因此是先有事再造物。再商業化場景設計裡則是以價值導向來定義問題本身，首先先確定目標群體，藉由用戶本身的需求去做出解決方案及目標實現有哪些價值，其次將解決方案的中心思想呈現出來並去執行，最後則是看是否達到預期效果，而商業化場景設計就是在這些過程中給予合理、合適的解決方案。然後在用戶洞察與問題發掘中首先要先釐清問題的根源，在用戶畫像中核心關注的是用戶的目標、當前行為和針對痛點的不分加以理解，其次產出畫像，可以通過用戶體驗地圖來判斷用戶在每個階段的心情演變、接觸點和機會點等等，以及在設計目標中有四點相當重要，數量多、效率快、質量好、成本省。我們在設計策略中有時須考慮三個面向，可用性、可推動性及可行性，除了要考慮內部因素，更要去思考用戶的問題是否能妥善地去解決及優化。

### 三、資料視覺化設計

資料視覺化將比較複雜的事物轉變為簡單的圖像，並將圖像中的訊息進行有效的解讀。在過程當中須建構化話題，得知使用者的需求，進行採集分析數據，並將這些有效訊息變成視覺化編碼，最後加以發布出去。

### 四、案例分析

對比傳統和數位化導購員的差異：傳統的導購員可能在專業能力上參差不齊及人力成本上高，



## 資傳系演講-訊息與體驗設計

時間：2023-03-28

地點：L205

也相對依賴管理高，不同於傳統上，數位化則是刻畫出導購員的知識模型，搭建數位化的導購員，同時納入洞察力、招攬力、親和力、專業力，同時自動化內容及投放功能的呈現，可以根據不同的人做出不同的需求變化，在人力成本上降低許多。

