

逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：

行動逢甲 3.0

FCU Mobile 3.0

作者：陳玉欣、黃譯漫、鄭錦婷、張佳螢

系級：風險管理與保險學系、財務工程與精算學士學位學程、

國際經營與貿易學系

學號：D0230303、D0283513、D0262323、D0331134

開課老師：林呈昱

課程名稱：行銷研究

開課系所：國際經營與貿易學系

開課學年：105 學年度 第 1 學期

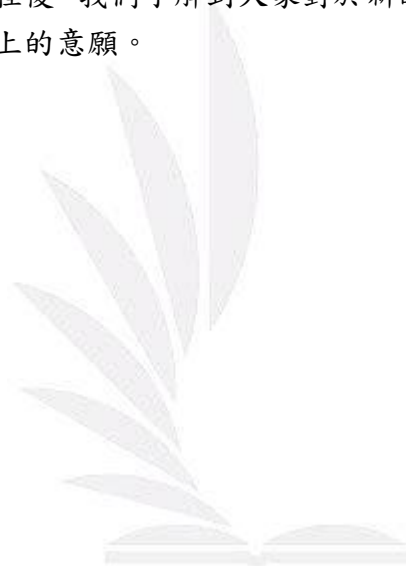
中文摘要

行動逢甲 3.0 是我們設計出來想要解決行動逢甲 1.0 及 2.0 不足之處的一個校園 app，在剛開始，我們先設計了問卷並發給本校的學生，以了解行動逢甲 2.0 目前所不足之處。

在得到數據之後，我們使用了 SPSS 及統計分析得到分布及其他統計資料，透過數據分析的方式來了解行動逢甲 1.0 及 2.0 現況的實用程度，以找出目前所面臨的問題，並透過了解問題所在去修改行動逢甲 2.0 的設計。

之後，我們做出一個行動逢甲 3.0，針對頁面按鍵及排列方式甚至是客製化的設計，以吸引大家對行動逢甲 3.0 的使用興趣，並透過焦點團體法的方式去做分析，我們找了身邊 5 個朋友做了 30 分鐘左右的訪談，以瞭解他們對我們所設計的行動逢甲 3.0 是否符合他們的需求。

在記錄整個訪談的過程後，我們了解到大家對於新的行動逢甲 3.0 有很大的興趣，並且也增加了使用上的意願。



關鍵字：行動逢甲 1.0、行動逢甲 2.0、應用程式、app 行銷

Abstract

The article began with finding out FCU Mobile 2.0 which was difficult for students to satisfy their needs. And then we tried to design 'FCU Mobile 3.0' which could spread school information faster than before. At the first chapter, we made a research on secondary data about apps and commercial marketing. Also, we did questionnaire survey to know how the apps worked in the marketing environment. Secondary, we analyzed the satisfaction statistic from the users of FCU Mobile 2.0. We discovered the users' specific behavior.

In the end, we created 'FCU Mobile 3.0' by quantitative information that we worked at last step. What's more, we asked some students for focus group. We realized their viewpoints of the apps that we created. Therefore, we got the conclusion that there was still room for improvement for FCU Mobile 2.0.

Keyword : FCU mobile 1.0 、FCU mobile 2.0 、app 、apps marketing

目 次

壹、研發動機.....	4
一、 次級資料來源.....	4
二、 次級資料所引發之動機.....	4
三、 競爭者分析.....	4
貳、商品分析.....	5
一、 行動逢甲 3.0 ——質性研究.....	5
參、商品設計.....	6
一、 行動逢甲 3.0 ——產品概念.....	6
二、 行動逢甲 3.0 ——產品功能.....	7
肆、產品測試.....	14
一、樣本情況.....	15
二、行動逢甲使用頻率、滿意度、設計感以及實用性的偏好分析.....	18
伍、參考文獻.....	26



壹、研發動機

一、次級資料來源

新產品開發中產品設計策略之研究，鄧成連，2006

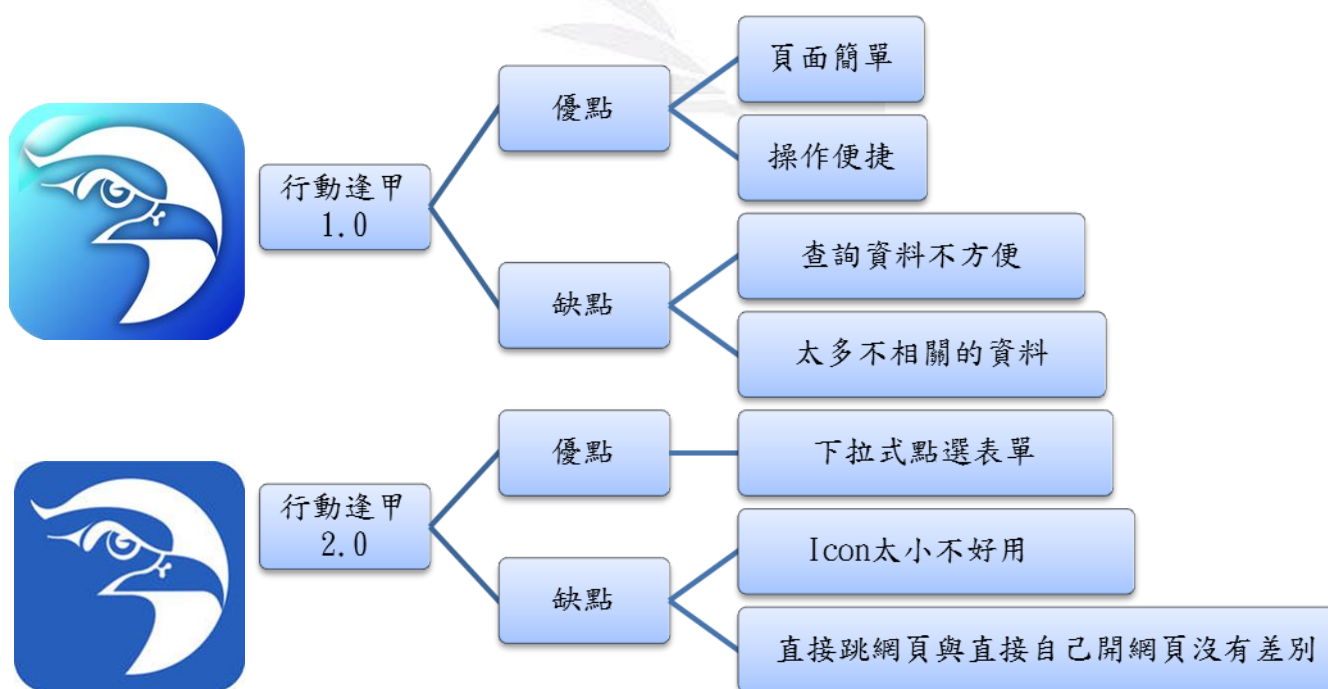
新產品開發與消費者接受度之研究—以智慧型手機為例，黃芸可，2012

二、次級資料所引發之動機

在「新產品開發與消費者接受度之研究—以智慧型手機為例」及「新產品開發中產品設計策略之研究」這兩篇論文中提及智慧型手機已是現代社會的主流，而要吸引大家都去用你的 app 就必須不斷地更新，在我們的生活中，行動逢甲 app 是我們做為一個逢甲人最常接觸的應用程式，而在面對這樣一個每天接觸的應用程式要如何更新它的設計及功能便成為我們這次想研究的主題。

三、競爭者分析

行動逢甲 1.0 VS 行動逢甲 2.0



貳、商品分析

一、 行動逢甲 3.0 ——質性研究

	優點	缺點	可改進之處
行動 逢甲 1.0	<ol style="list-style-type: none"> 1. 頁面設計清晰簡潔 2. 容易操作 3. 課表離線可用 	<ol style="list-style-type: none"> 1、 有很多使用不到的頁面 2、 很多訊息更新不夠及時 3、 無法下載至Windows系統的手機 4、 雖然頁面簡潔，但在尋找功能時仍不大方便 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 添加一些實用性更高的功能。 EX. 逢甲美食推薦、 2. 逢甲折扣訊息 3. 更新訊息更加及時 4. 刪除一些並不需要的頁面，例如各個學院的廣告訊息
行動 逢甲 2.0	<ol style="list-style-type: none"> 1. 添加了Mail和個人訊息的連接，可讓使用者產生客製化的感覺 2. app功能列表變得清晰且有條理 	<ol style="list-style-type: none"> 1、 有很多使用不到的頁面或者功能 2、 無法離線讀取課表等訊息 3、 頁面設計感不好，相比於一代便利性下降 4、 無法下載至Windows系統的手機 	<ol style="list-style-type: none"> 1、 更加客製化，連接ilearn與學生的本科系，刪除不需要的頁面。 2、 重新設計頁面，使得頁面更加整潔美觀 3、 刪除使用率很低的功 能，添加一些真正被逢甲學生所需要的功能

參、商品設計

一、 行動逢甲 3.0——產品概念

行動逢甲對於逢甲大學的學生而言似乎是一個不可或缺的“朋友”，在我們的逢甲生活中它始終存在於我們的手機之中，默默的陪伴著我們。但是對於行動逢甲的吐槽也是不絕於耳，例如：

“齁，那個行動逢甲真的好難用啊！”

“什麼！還有行動逢甲 2.0？我覺得它比 1.0 更醜啊”

“我還是留著行動逢甲 1 吧，兩個很爛的東西總要選一個不那麼爛的。”

而我們所設計的行動逢甲 3.0 就是一個以真正符合逢甲學生需求為設計宗旨的行動 APP。

在我們設計的行動逢甲 3.0 中，我們不僅會保留前兩代行動逢甲的優點，刪除一些使用率極低的功能，也會添加上

“逢甲美食推薦”

“上課考試提醒”

“逢甲折扣訊息”等一系列被現在逢甲學生所真正需要的功能。

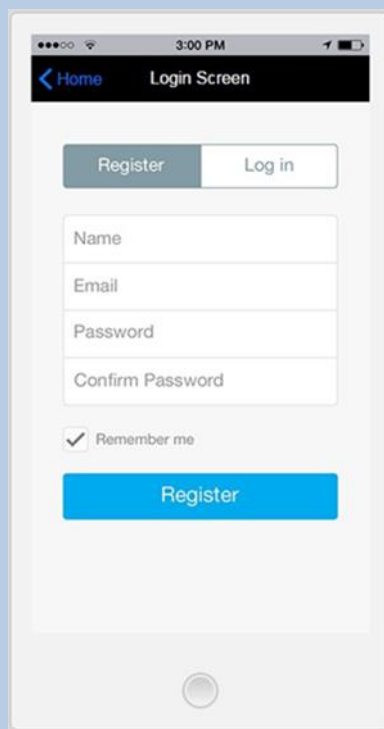
我們相信一個由逢甲學生自己做出的行動逢甲 3.0，這會是一個滿足大部分逢甲學生需求的，好用的 APP。

二、 行動逢甲 3.0——產品功能

頁面設計

登入頁面的設計：

利用學生的個人資料分析相關的級別資訊



行動逢甲 3.0 的頁面



學務相關

學習資訊：

強化在雲端課程學習以及相關資訊，因為在未來數位學習會是一種潮流，行動逢甲 3.0 的設計也符合未來的教育潮流。



行事曆：

將行事曆以 google 行事曆外掛的方式呈現，這樣就不用再去校網載逢甲行事曆的檔案了。



我的課表：

課表是最基本的功能，但是期望能夠加上整點報時提醒學生該時段的課程。而且將我的課表功能結合逢甲行事曆，並且設置提醒系統便可以提醒同學上課時間以及考試資訊。



iLearn2.0 :

老師與學生學習的橋梁，希望強化課程文件下載的穩定性。



空間借用 :

未來學生對討論空間借用的需求會越來越高，因此特地把功能給拉出來以便學生使用。



校務資訊 :

有一些功能的使用頻率不高者，仍可從校務資訊找到



打卡系統：

現在許多老師常用學生線上打卡的系統來判斷學生的出席，會比平常紙本點名來的更快更有效率



個人信箱：

學生信箱仍有其必要性，不論是接收校方資訊或是學術上的資訊交換都依然需要校務信箱。



生活相關

Facebook：

臉書近年有用來連絡感情並且公告事務的功能，因此行動逢甲 3.0 放入臉書的連結。



美食報報：

學生最擔心不知道中午吃什麼，此時行動逢甲 3.0 裡面連結逢甲週遭賣熟食之商家，讓學生可以不擔心搜尋午餐吃什麼。



生活折扣：

提供逢甲週遭有哪些店家折扣，讓學生的生活更豐富無虞。



連絡學校：最重要的功能，因為此功能可以聯繫到學校，若發生緊急危難 APP 裡面就有連結可以第一時間連絡學校。



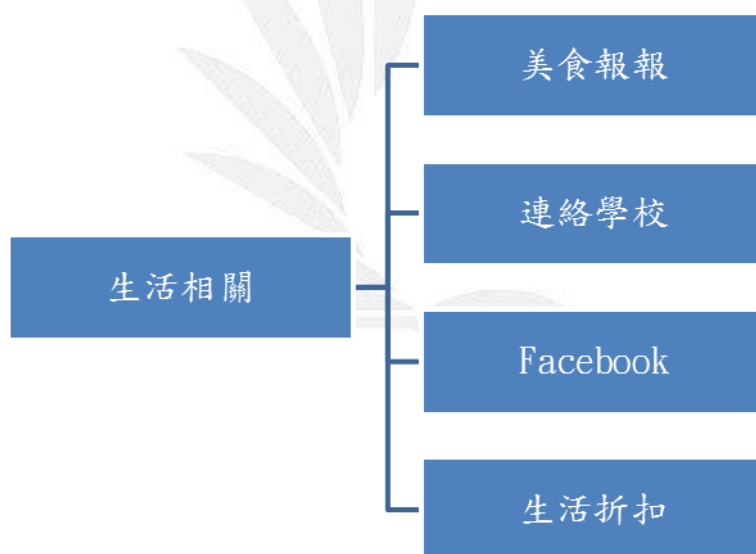
➤ 行動逢甲 3.0 的特色:

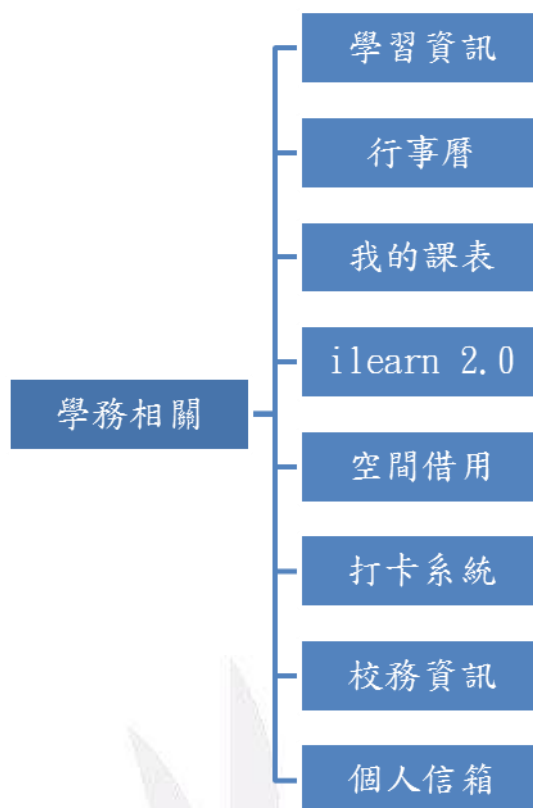
icon大，且功能使用明顯。

顏色不再囿於學校，而是自己可以決定喜歡的背景色系。

增加一些生活相關的功能：包括餐點、逢甲附近折扣等。

➤ 在各方面之細項如下:





將功能區分成兩個類別後，可以發現現在校園 APP 的設計其實越來越需要貼近學生的需求，而已經不是再像以前傳統思考那樣只限於學術相關的資訊的應用，在現在的 APP 設計也需要考量到學生生活相關事務。

肆、產品測試



經過我們做出了行動逢甲 3.0 後，我們分別給身邊的朋友看過，並進行團體訪談，大部分的意見如下：

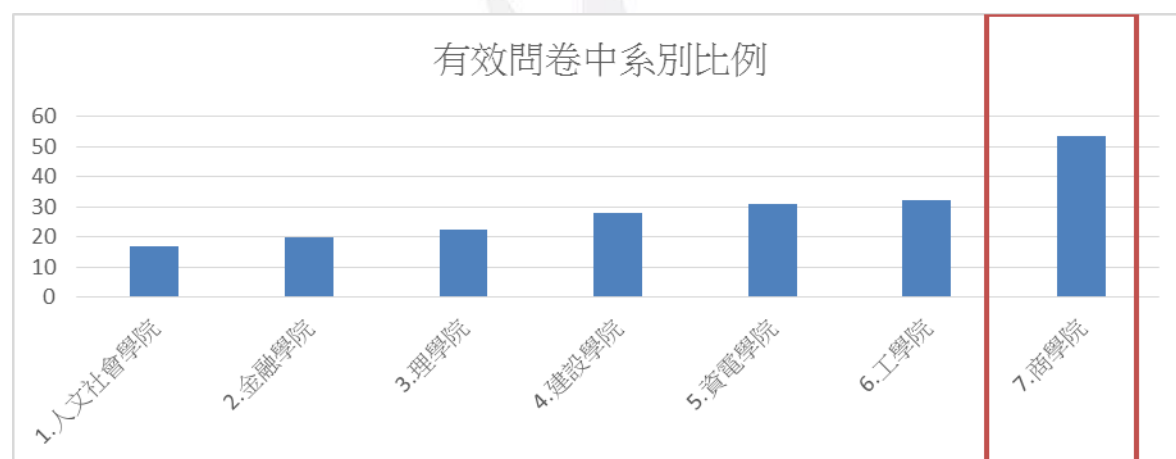
1. 行動逢甲 3.0 更加有趣且梗想使用了
2. 沒使用過的人看到他會想試用看看
3. 他們覺得考前提醒的設計很貼心也很實用
4. 對於折扣訊息的部分，受訪者認為可以再增加多一些店家，
5. 提供更多符合自己需求的資訊

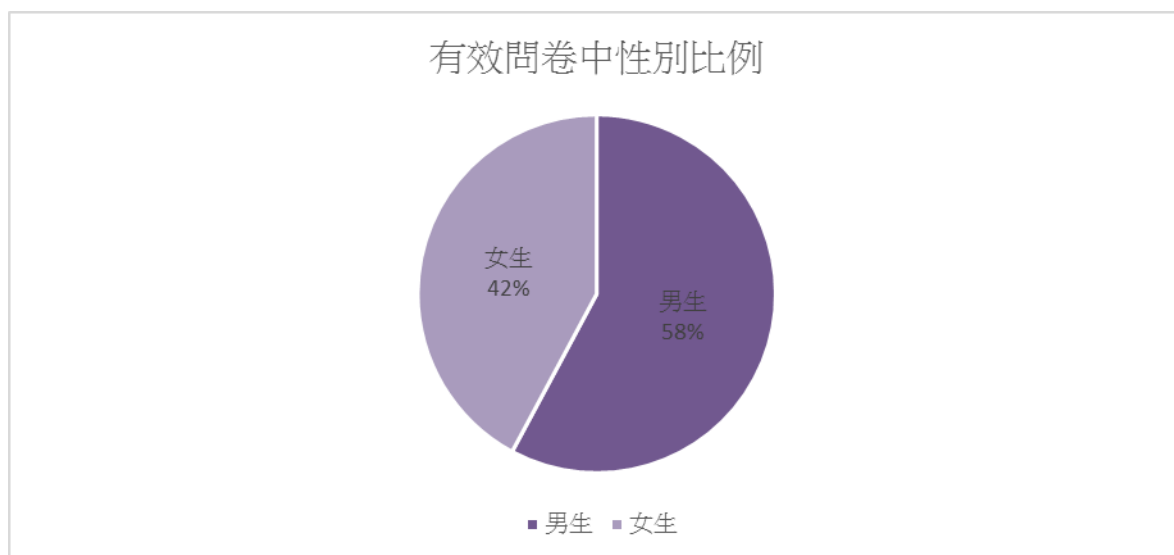
伍、量化分析

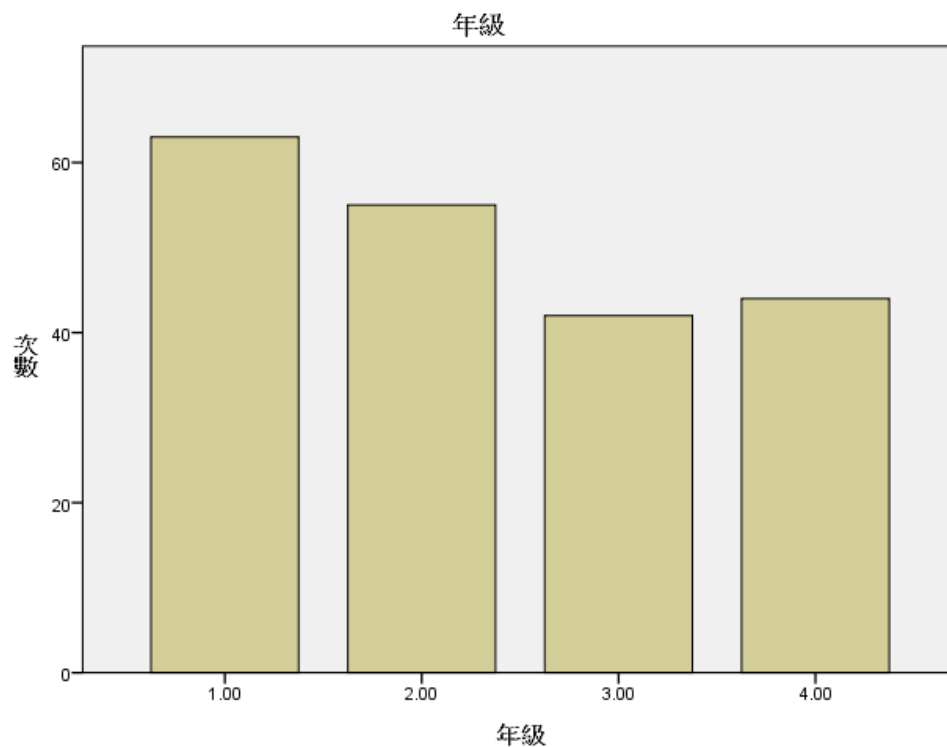
問卷設計對行動逢甲 2.0 使用頻率、滿意度、使用者對行動逢甲 2.0 的設計感以及實用性進行討論，並且探討從行動逢甲 2.0 使用者渴望的功能，故本組對問卷結果的分析著重在不同的系別和性別之間的比較下一些特殊的現象。

一、樣本情況

回收問卷總數量 209 份，其中有效問卷為 204 份。下圖是 204 份問卷中，系別和性別的比例。







年級

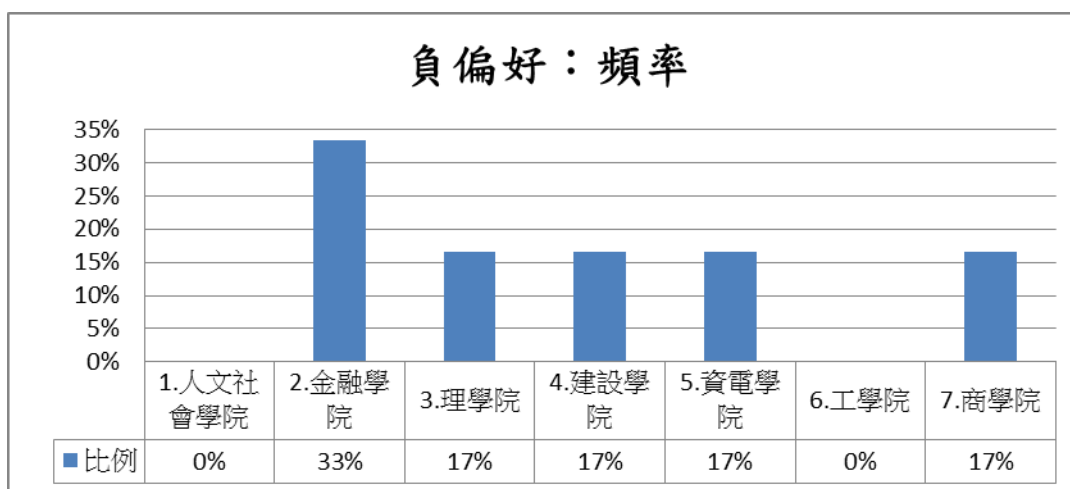
	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 1	63	30.9	30.9	30.9
2	55	27.0	27.0	57.8
3	42	20.6	20.6	78.4
4	44	21.6	21.6	100.0
總和	204	100.0	100.0	

分析:在此次問卷分析中以大一所佔的比例為最高

二、行動逢甲使用頻率、滿意度、設計感以及實用性的偏好分析

(一) 使用頻率

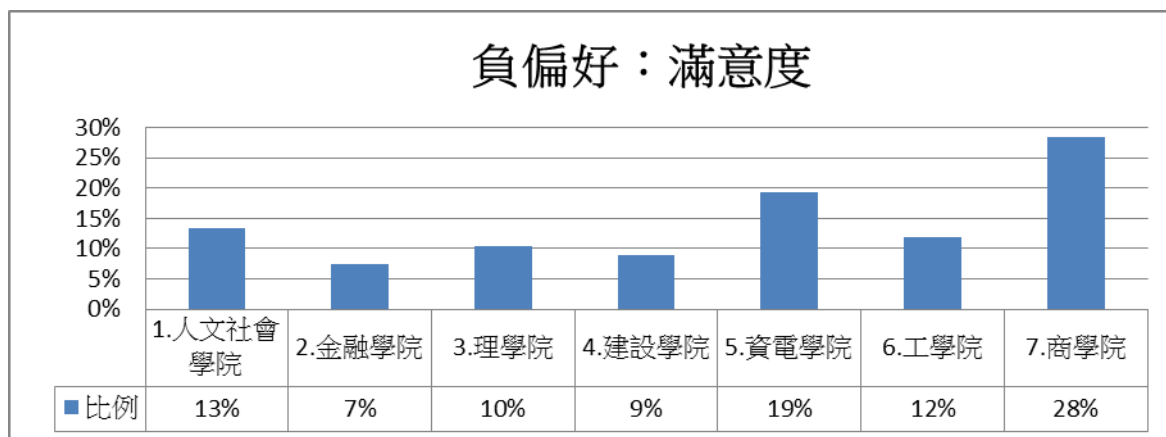
204 份有效問卷當中，有 6 個人是覺得很難用、行動逢甲 2.0 放在手機裡佔內存以及載過後已刪掉的情況。



分析:從中可以發現表達出明顯不喜歡甚至已經刪掉的同學在金融學院非常的高，從數據中可以發現男生比較不常使用行動逢甲 2.0，甚至幾乎沒用過，女生的使用頻率遠高過於男生。

(二) 滿意度

204 份有效問卷當中，有 67 個人是覺得不甚滿意、甚至是隨時會刪除行動逢甲 2.0 的情況。



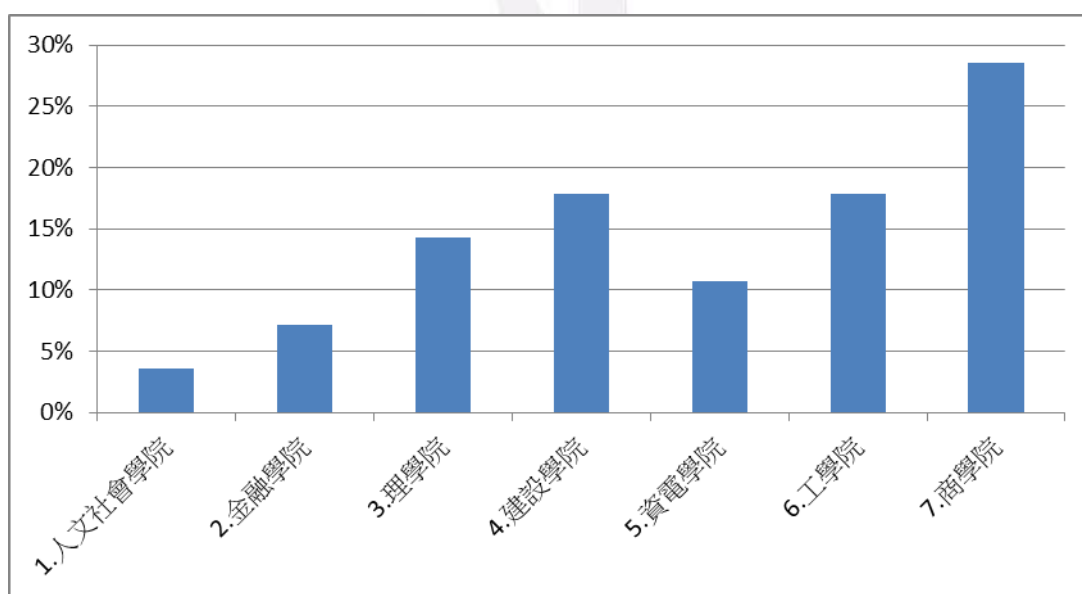
滿意度判定				
	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	1. 非常不滿意，我隨時有可能刪除	3	1.47%	1.47%
	2. 不滿意，我覺得很難用	115	56.37%	57.84%
	3. 一般般，覺得這個東西可有可無	36	17.65%	75.49%
	4. 滿意，我能用這個 APP 找到我所有需要的訊息	22	10.78%	86.27%

5. 非常滿意，已經找不到更好的用的 APP 了	28	13.73%	13.73%	100.00%
總和	204	100	10000.00%	

分析:從中 67 個明顯表達不滿意的問卷中可以發現商學和資電學院同學對行動逢甲 2.0 不太滿意，但觀察人文社會學院發現有 4 個人表達負偏好，佔整份問卷中總人文社會學院(17 人)的比例將近四分之一。

(三) 設計感

針對設計感以下是正偏好的系列比例：

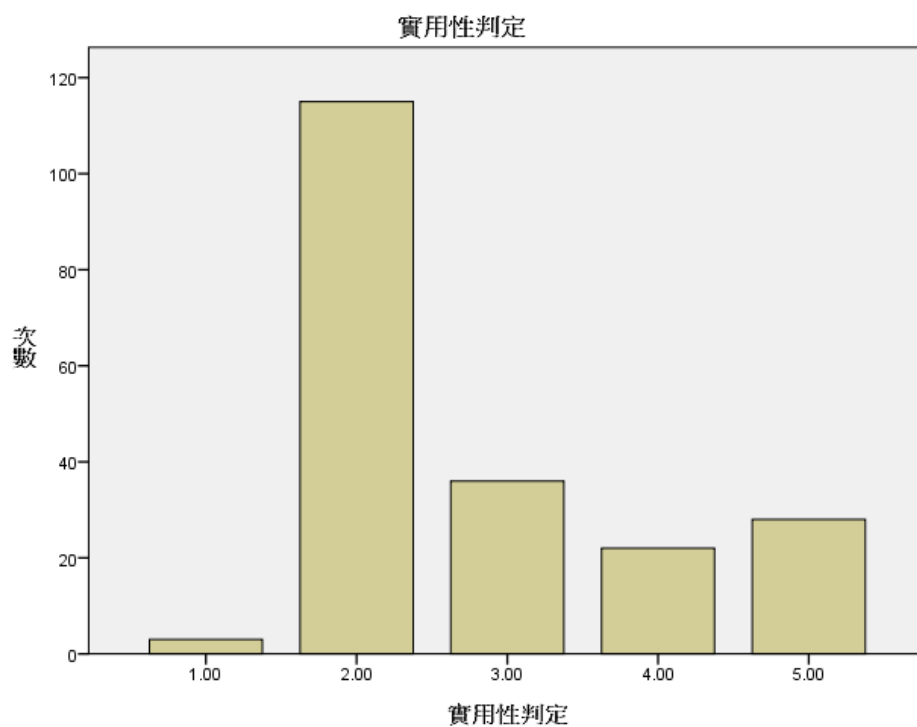


設計感判定

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	1. 非常不滿意，我隨時有可能刪除	3	1.47%	1.47%	1.47%

2. 不滿意，我覺得很難用	48	23.53%	23.53%	25.00%
3. 一般般，覺得這個東西可有可無	125	61.27%	61.27%	86.27%
4. 滿意，我能用這個 APP 找到我所有需要的訊息	28	13.73%	13.73%	100.00%
5. 非常滿意，已經找不到更好的用的 APP 了	0	0.00%	0.00%	100.00%
總和	204	100	10000.00%	

(四)實用性



實用性判定					
		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	1. 非常不滿意，我隨時有可能刪除	3	1.47%	1.47%	1.47%
	2. 不滿意，我覺得很難用	115	56.37%	56.37%	57.84%
	3. 一般般，覺得這個東西可有可無	36	17.65%	17.65%	75.49%
	4. 滿意，我能用這個 APP 找到我所有需要的訊息	22	10.78%	10.78%	86.27%
	5. 非常滿意，已經找不到更好的用的 APP 了	28	13.73%	13.73%	100.00%
	總和	204	100	10000.00%	

分析:在這個分析中可以發現有很大比例的人覺得行動逢甲 2.0 不太實用

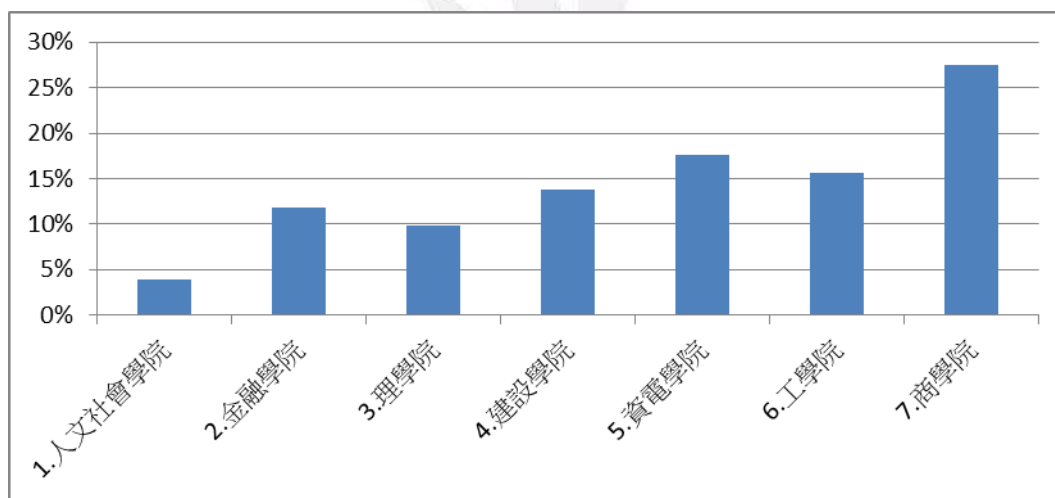
以下是負偏好的系列比例：

學院

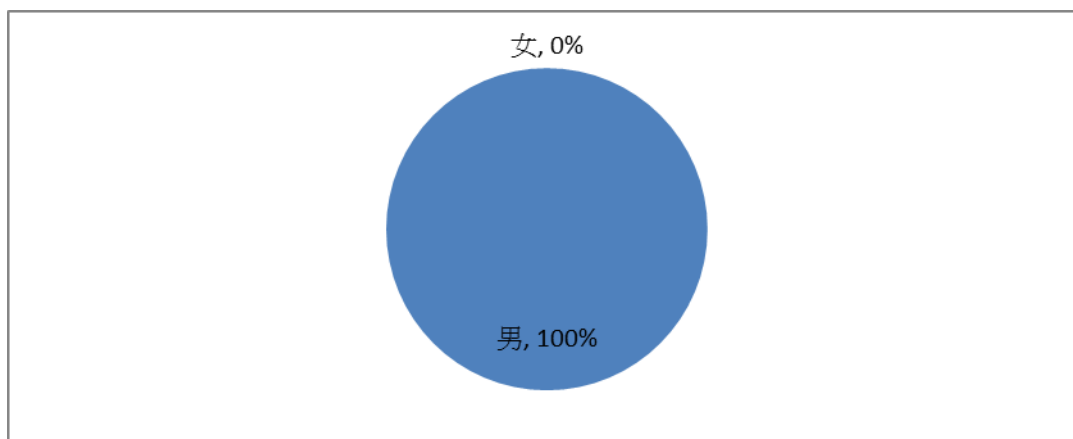
		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	人文社會學院	16	7.8	7.8	7.8
	金融學院	20	9.8	9.8	17.6
	理學院	23	11.3	11.3	28.9
	建設學院	28	13.7	13.7	42.6
	資電學院	31	15.2	15.2	57.8
	工學院	32	15.7	15.7	73.5
	商學院	54	26.5	26.5	100.0

學院

	次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的 人文社會學院	16	7.8	7.8	7.8
金融學院	20	9.8	9.8	17.6
理學院	23	11.3	11.3	28.9
建設學院	28	13.7	13.7	42.6
資電學院	31	15.2	15.2	57.8
工學院	32	15.7	15.7	73.5
商學院	54	26.5	26.5	100.0
總和	204	100.0	100.0	



分析:從有效問卷當中可以發現商學院的同學對行動逢甲 2.0 的設計感的偏好很極端,而從這份數據中可以發現將近 1/4 的受訪者都覺得行動逢甲 2.0 的設計很醜。尤其是女生,如下圖所示:

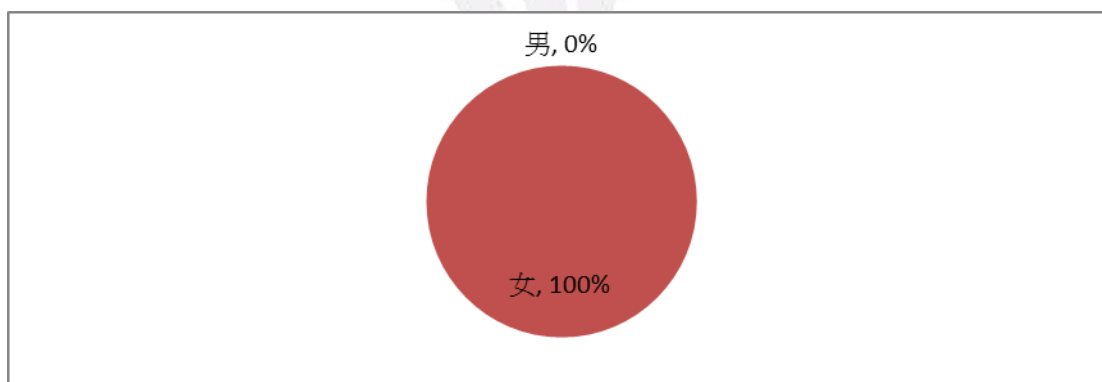


分析:在對行動逢甲 2.0 的設計感中表達出明顯負偏好的都是女生。
但是總的來看更多的人(125 人)其實對行動逢甲的設計是不在乎的。

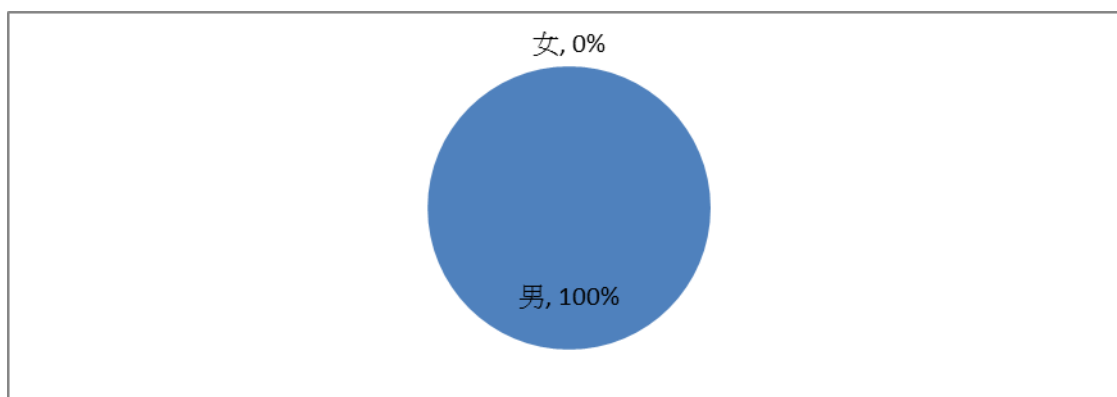
(四) 實用性

從實用性的角度來看，發現本校男性和女性感受的大不相同。

以下是正偏好之性別比：(



以下是負偏好之性別比：



分析:在正偏好的角度當中，女生覺得實用的總人數為 50 人，佔整個問卷是四分之一，但從負偏好的角度來看，覺得很難用的總男生人數為 118 人，將近總問卷的六成，故在這份數據中可以發現對於幾乎沒在使用的男生受訪者中，他們幾乎沒在使用行動逢甲可能是因為他們覺得這個 APP 根本不實用，而對有在使用的男生來說，反而覺得功能上都還能應付自己的需求。



伍、 參考文獻

1. 新產品開發中產品設計策略之研究，鄧成連，2006
2. 新產品開發與消費者接受度之研究—以智慧型手機為例，黃芸可，2012

