

## 逢甲大學學生報告 ePaper

# 新手使用逢甲大學健身房的服務設計初探 A Service Design of FCU Gym for Beginners

作者：黃怡瑄、顏曼芸、蘇于庭、蔡靖洲

系級：行銷學系

學號：D0537670、D0537565、D0586854、D0537875

開課老師：李悅端 老師

課程名稱：體驗與服務設計

開課系所：行銷學系

開課學年：107 學年度 第 1 學期

## 中文摘要

近年來健康意識提高，許多業者投資運動健身產業，健身房隨處可見，在激烈的競爭之下，不同的商業模式能為該產業注入新的元素。透過探討逢甲學生對於健身房的看法以及需求的研究，發現許多新生或健身房新手想要使用校園健身房卻遇到一些問題。問題包括：

- 1.健身房出入口標示不清，容易走錯
- 2.無從得知健身房擁擠程度/尖峰離峰時段
- 3.器材使用說明標示不清楚
- 4.新手可能因為不熟悉健身知識而放棄健身

針對問題，以下是我們的解決方式：第一，為了解決出入口標示不清的問題，將在出入口新增明顯路標，引導使用者進入；第二，解決無從得知健身房目前人數，我們設計了健身房 App，利用出入口的感應閘門即時更新現場進出的人數；第三，對於器材使用說明不清，在器材貼上 QR-code，讓使用者掃描，透過教學影片輕鬆學會該器材的使用方式；第四，新手進入健身房總是會遇到許多問題，若是不會使用器材，可以透過健身房 App 中的虛擬教練影片學習動作與健身知識；新手不了解初級訓練菜單，我們會在健身房門口張貼不同訓練部位的步驟指示卡，透過不同顏色的標籤告知使用者訓練的部位該對應哪些器材及機台使用的號碼順序，接著在器材貼上相對應的順序標籤，讓使用者能夠更輕易地找到符合自己需求的器具。

而我們設計出的健身房專用 App，提供多功能的服務，幫助使用者解決難題並得到更好的體驗，也透過服務藍圖去檢視每個環節的細項，使健身房在營運上更貼近使用者的生活。

### 關鍵字：

服務設計、同理心地圖、服務藍圖、健身房、逢甲大學健身房

## Abstract

Recently, health awareness has increased, and many operators invest in the sports and fitness industry. As a result, gyms have been springing up here and there. In fierce competition, different business models are injecting new elements into the industry. We explored the views of students of Feng Chia University about the gym and their needs. We found that many freshmen or gym novices wanted to use the gym but encountered some problems, such as the following:

1. The entrance and exit signs in the school gym are ambiguous and people get lost.
2. The users are not aware of the crowdedness of the gym.
3. The device descriptions are not clear.
4. Beginners do not understand the exercise process of using training equipment.

We suggest the following solutions to these problems:

To solve the Problem 1, we suggest adding clear and obvious signs at the entrance and exit to guide users. To solve the crowdedness problem, we recommend our GYM Application and using a sensor gate to keep updating the number of people in the gym. Third, we recommend giving users a QR code with explanations of the gym to give them a convenient way to get started with the exercises. They can use their phone to scan the code. Last but not the least, for beginners who face problems because they are not sure about the exercise process of using training equipment, we came up with the idea of sticking sequence signs on the front desk, training equipment, and placing a teaching poster on the board. The users would then easily find their answers on the poster and sequence signs.

We designed the GYM Application, offering an anti-function service to help users to get a better experience. The operation of the gym in such a manner will help the users to examine the details of each link of the service blueprint.

**Keyword** : Service Design, Empathy map canvas, FCU Gym, Service blueprint, Gym Fitness

## 目次

中文摘要.....	1
ABSTRACT.....	2
1. 背景簡介與動機.....	5
2. 問題與目標.....	5
3. 問題定義與分析.....	6
3.1. 研究方法.....	6
3.2. 使用者旅程地圖.....	8
3.3. 人物誌 ( PERSONA ) 與同理心地圖.....	9
3.4. 定義問題與小結.....	10
4. 服務設計發想與解決方案.....	11
4.1. 價值主張圖.....	11
4.2. 服務藍圖.....	12
5. 結論.....	13
6. 參考文獻.....	15

## 圖目錄

圖 1 健身房空間圖 .....	5
圖 2 訪談法訪問健身房使用者(左) .....	7
圖 3 訪談法訪問健身房使用者(右) .....	7
圖 4 逢甲大學健身房使用者旅程地圖 .....	8
圖 5 逢甲大學健身房同理心地圖 .....	10
圖 6 價值主張圖 .....	11
圖 7 利害關係人圖 .....	12
圖 8 逢甲大學健身房服務藍圖 .....	13
圖 9 ATONE .....	錯誤! 尚未定義書籤。

## 1. 背景簡介與動機

在重視外表與健康的社會中，健身的風潮迅速竄起，「在觀測期間 ( 2018/1/1~2018/5/31 ) 內提及健身的網路聲量有 411,213 則，平均每日有兩千七百餘則的討論聲量，可見其(健身)在我們日常生活中的普及性。」<sup>1</sup> 初探原因是很多人為了追求健康與體態美麗，也有些人受到社群媒體及明星的影響而決定改變自己，因此對健身產生興趣，也因為這波運動熱潮，健身房開始出現在大街小巷以及你我的生活中。因此我們想順應這波健身熱潮，改善在健身房中可能遇見的問題並從中尋求市場機會。由於健身並非能夠快速上手的運動，我們希望能夠為毫無經驗的新手設計使用流程，協助新手快速並善用健身器材，同時也能增加健身的知識，並找出適合自己的健身方式。

## 2. 問題與目標

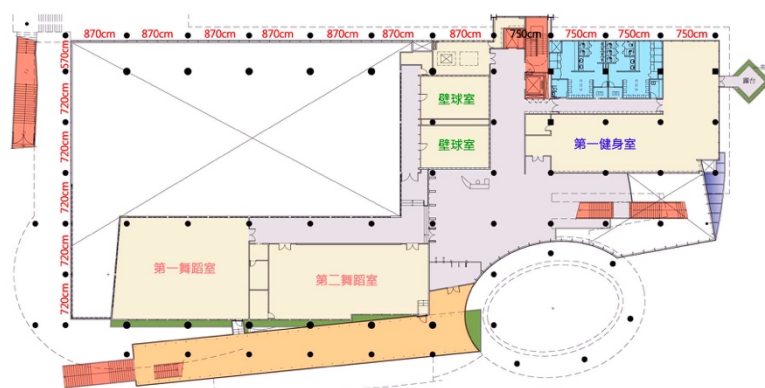


圖 1 逢甲大學體育館健身房空間圖

我們團隊嘗試以距離最近的逢甲大學體育館內的健身房為研究對象。體育館健身房的空間不算大，整體空間坪數大約 78 坪，設置了約有 44 台基本的器材，如：舉重機、跑步機等，但器材上缺乏詳細說明與介紹，容易造成新手的困擾，同時，我們也發現，在體育館內並無明顯的指示，引導新手前往健身房。

<sup>1</sup> 此段擷取自『健身風潮興起 - 2018 年健身輿情分析』(SOCIAL-LAB,2018)

本報告的目的，就是運用服務思考設計方法(service design thinking)，來幫助新手有效率的使用逢甲大學體育館的健身房。本團隊採用服務設計思考中從使用者的角度出發，了解同學在使用健身房的過程中所遭遇的問題。為了實地瞭解新手學生使用健身房的問題，本團隊接著透過影隨法及深入訪談法來探討新手使用健身房所面臨的問題。

### 3. 問題定義與分析

#### 3.1. 研究方法

服務設計一向講求以使用者為中心(user-centered)，其田野調查研究方法有許多種，包括影隨法(Shadowing)、脈絡調查法(Contextual Inquiry)、文化探針法(Cultural Probes)、深入訪談法(In-Depth Interviews)、參與觀察法(Participant Observation)等(Stickdorn & Schneider, 2012)，而這次服務設計研究過程中，因為時間限制以及整體流程完整性，我們選擇使用觀察法、影隨法搭配深入訪談法來進行：

##### (1)影隨法

影隨法是指在不打擾到使用者的情況下跟隨一位使用者，觀察使用者在使用的過程中發生的情形，並且記錄其使用情況，而後研究者可以透過觀察使用者的行為而得到有利於研究進行的資訊，可以深入理解使用者行為並挖掘其背後動機(Stickdorn, Marc & Schneider, Jakob, 2012)。

2

首先，我們隨機跟隨進入逢甲大學體育館的學生並記錄所觀察的現象，從學生使用者進入健身房的一連串系列流程中，來觀察學生所可能遭遇的問題。我們發現使用者的喜好、習慣及一些服務，如會員制度等，都會影響學生使用健身房的意願。於是，我們再搭配深入訪談法，進一步探討問題所在與學生需求。

---

<sup>2</sup> 參考〈這是服務設計思考〉書中的定義改述 (Stickdorn, Marc & Schneider, Jakob, 2012).

問：為何選擇學校健身房？

答：距離近，價格便宜

問：健身的理由是？

答：喜歡運動，平常系隊沒有練球就會來健身



圖 2 訪談法訪問健身房使用者(左)

問：為何選擇學校健身房？

答：離學校近，價格較便宜，和朋友一起來

問：有何使用不便的地方？

答：有時人太多，沒有器材可以使用

問：健身的理由是？

答：想減肥，訓練線條



圖 3 訪談法訪問健身房使用者(右)

---

## (2)深入訪談法

我們訪問了一位大學一年級的 18 歲女學生，在影隨法中發現，起初她找不到健身房的入口，因為入口標示不明，目前標示分為上課學生專用道及平時使用者通道，這樣標示讓她感到混淆；對於健身房的使用上，她也遇到一些新手方面的問題及不便，例如：不了解如何使用眼前的健身器材、想要運動卻缺乏適合自己的健身知識等。另一位則是大學三年級健身房會員的 21 歲男同學，他希望在使用健身房時，體育館能改善一些問題，讓會員得到更為便利的使用經驗。例如，會員前往健身房時，常會遇到健身房人數過多而只能決定擇日再前往運動，為此深感不便。



### 3.2. 使用者旅程地圖

在上述的研究方法中，我們發現，新手在整個使用的過程中會因為標示不清楚而感到不方便，舉例來說像是入口的標示不清楚，會讓新手找不到入口的方向而感到心情不悅，又或者是器材的使用方式不夠詳細，讓使用者不知道如何使用器材，造成他們容易放棄且無法持續健身。由於逢甲的健身房空間不大，器材不多，若是人潮過多，往往出現沒有器材可以使用的窘況，但健身房並不會張貼人潮過多的公告，使用者往往是進到健身房才發現器材不足。以下是團隊將此健身房的使用流程，以使用者旅程地圖呈現如下：

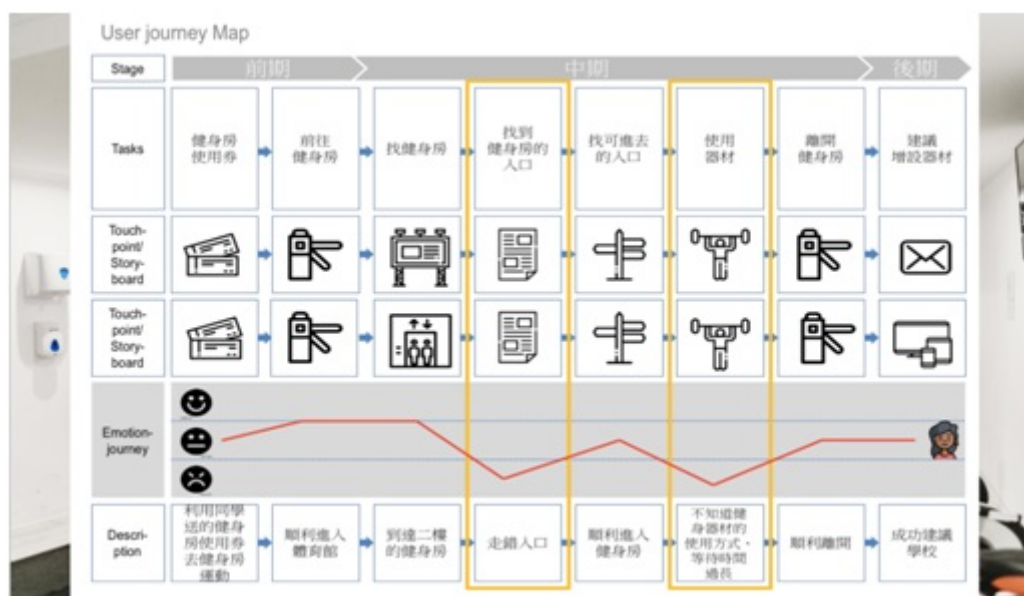


圖 4 逢甲大學健身房使用者旅程地圖

透過使用者旅程地圖，我們可以一覽同學在使用健身房過程中的心理、生理、需求、痛苦與期待，設身處地的思考，更加深入的瞭解使用者真正的需要與不便，例如：無法持續、無人教導、獲得健康的身體.....等等，以利後面的定義問題及設計符合使用者需求的解決方法。為了陳述與分析問題所在，我們進一步運用目標客群人物誌與同理心地圖來說明與討論。

### 3.3. 人物誌 ( Persona ) 與同理心地圖

由於我們的觀察對象為逢甲大學體育館，目標客群主要放在一般的學生使用者。我們先藉由人物誌方法來定義大學健身房目標使用者，同時從人物誌來找出他們的潛在需求。根據團隊的田野觀察，人物誌以兩位代表為主，分別是新手女學生草草與會員男學生石頭，人物誌描述如下。

姓名：石頭  
年齡：20  
職業：學生  
性別：男  
口頭禪：好啊！走啊！  
行為特徵：  
1.不排斥運動，但沒有固定運動的習慣  
2.對自己的外觀要求保持乾淨清爽  
3.個性隨和，對新事物接受度高

姓名：草草  
年齡：20  
職業：學生  
性別：女  
口頭禪：我要變瘦  
行為特徵：  
1.平常不運動，卻總是嫌自己胖  
2.曾辦過健身房會員，但因懶惰只使用過一次  
3.是位個性內向且注重外表的女生

本報告嘗試涵蓋以上兩位主要代表人物，把目標客群擴大為有意願使用健身房來運動與喜愛運動的大學生為主，性別不拘。接著，我們將研究發現以同理心地圖來呈現，並分析問題，健身房使用者的同理心地圖如下：

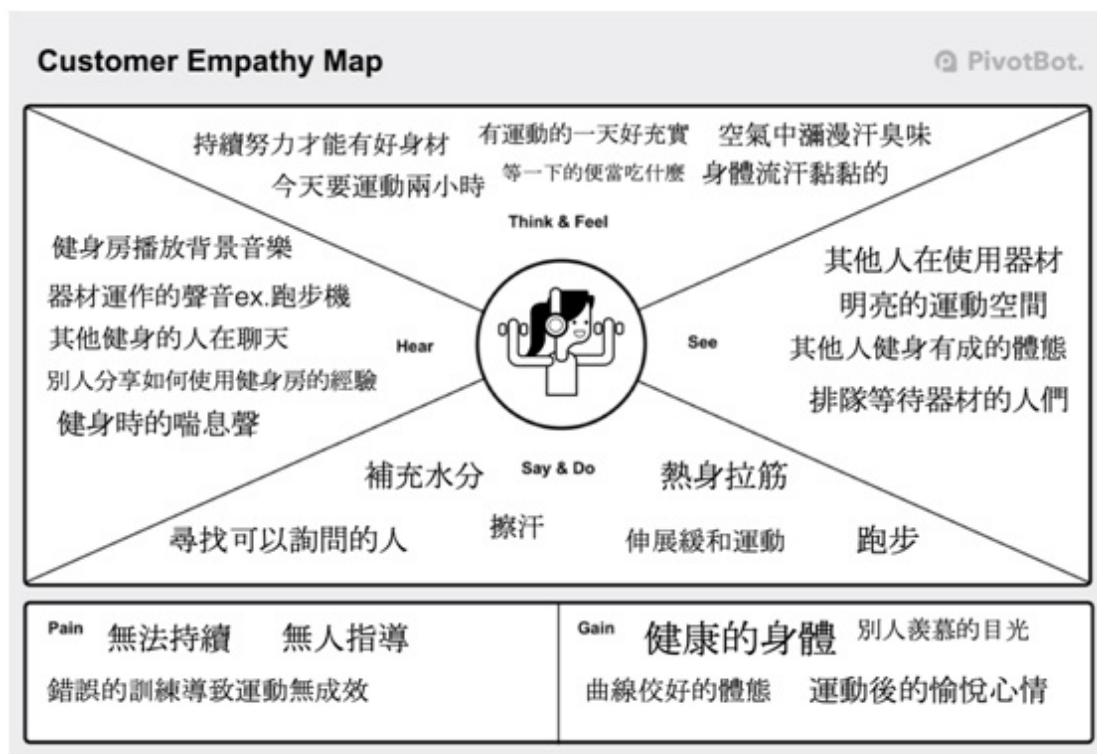


圖 5 逢甲大學健身房同理心地圖

同理心地圖說明：

由於使用者是新手並期望自己可以擁有好的體態與健康的生活，因此會在意他人對健身房的經驗分享，到健身房時會被他人良好的體態吸引目光，而思想上也會勉勵自己持續努力以達成目標，但對器材的陌生促使他們找尋有經驗的人。

- (1) 聽-聽到別人在健身房分享使用經驗
- (2) 看-看到其他健身有成的使用者之體態
- (3) 想與感覺-想要並期許自己持續努力才能擁有好身材
- (4) 說和做-新手使用器材前能夠詢問指導人員

### 3.4. 定義問題與小結

從上一小節的同理心地圖來做痛點分析，新手使用者通常的痛點有：歸咎於各種私人及外在原因而無法持續運動、新手運動意志力不足、新手對健身器材知識不足。相對的，使用者的期待是在使用健身房運動後，希望能由新手變成長期固定使用者，也就是由草草變成石頭。另外，使用者期待維持自己運動習慣、進而獲得健康的體態，運動後因腦中分泌多巴胺而心情能愉悅，並且完成

自己的目標，練成曲線姣好的身形而讓人稱羨同時進而產生自信和成就感。最後，我們歸納出幾項逢甲大學健身房使用者常見的問題與不便：

- (1). 健身房未標明人潮過多時段
- (2). 入口處及使用器材說明不夠清楚
- (3). 會員沒有得到較優質的體驗
- (4). 新手常見健身知識問題無法立即解決

#### 4. 服務設計發想與解決方案

##### 4.1. 價值主張圖

從上述第三節的價值主張圖分析中，新手使用者通常的痛點有無法持續運動、新手對健身知識不足等，為了緩解痛點的方式，本團隊運用腦力激盪點出下列三種方式：利用健身房 APP 推播通知提醒運動頻率、增設 APP 集點獎勵或隊友競賽功能、APP 虛擬教練影片解決初階知識問題。以下解決痛點與使用者期待的價值主張圖：

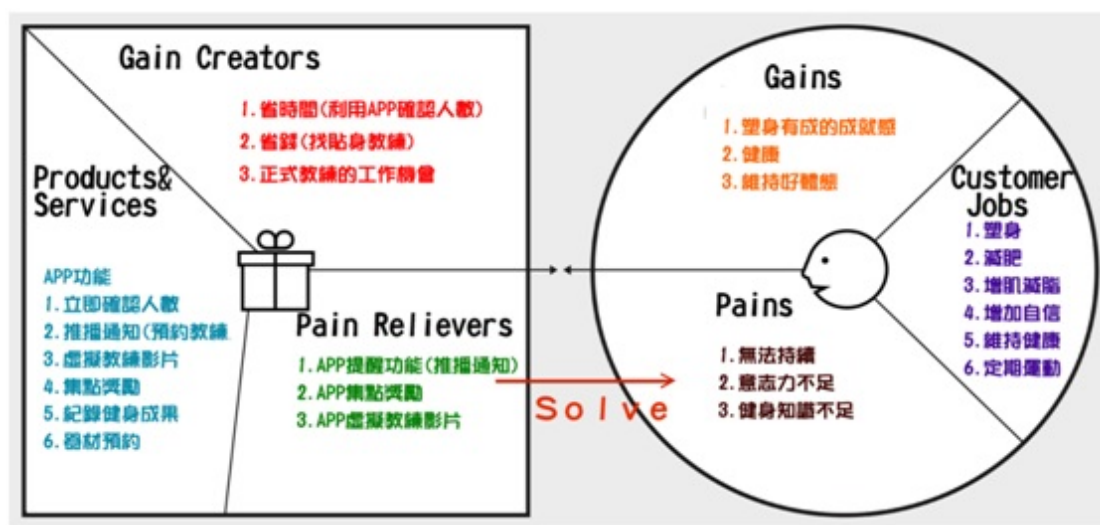


圖 6 價值主張圖

另外，我們也歸納設計出健身房專用 APP 之後能帶來的獲利（如圖），使用 APP 可以提早確認現場人數及安排行程，也可以為新手省下一筆健身教練的費用同時又獲得健身基本知識，若進階的使用者想媒合正式真人教練，還能為健身教練增加工作機會。

針對問題和使用者需求，我們想了四種解決方法，第一是設計 APP，提供健身

## 新手使用逢甲大學健身房的服務設計初探

房的即時使用人數，讓使用者能夠先確認健身房當時的情況，再決定自己是否要出門健身。第二是在器材貼上 QR-code，讓初次使用該器材的人可以透過使用教學影片輕鬆學會操作方式。第三是增加服務員或教練，透過教練和服務員的增加去輔助影片教學的不足。第四是在門口張貼不同訓練的步驟標示，透過不同顏色的標籤告知使用者訓練哪個部位該使用哪些機台以及器具使用的順序，接著在機台貼上相對應的順序標籤，讓使用者能夠更輕易地找到自己需要的器材。

針對這些解決方案，我們運用利害關係人圖來幫助思考這方案所牽涉到的利害關係人。



圖 7 利害關係人圖

## 4.2. 服務藍圖

本團隊將整個服務流程分為前中後，去進行任務、接觸點、後臺及支援系統的探討，接著畫出互動線、不可見線及內部互動線來檢視整個服務的過程，最後再去分析接觸點、後台及支援系統之間彼此的關聯性，舉例來說，離開時經過閘門會被記錄到數據系統，數據系統再將資料傳送到 APP，而使用者便可以透過 APP 確認即時人數。結束健身活動後，支援系統會根據使用者進入以及離開的時刻去記錄此次的活動時間，而後管理系統會搜集並且統計資料，如此一來，使用者便能夠清楚地知道自己健身的習慣以及時間。

最後，我們將這些解決方案，整理出服務藍圖如下：

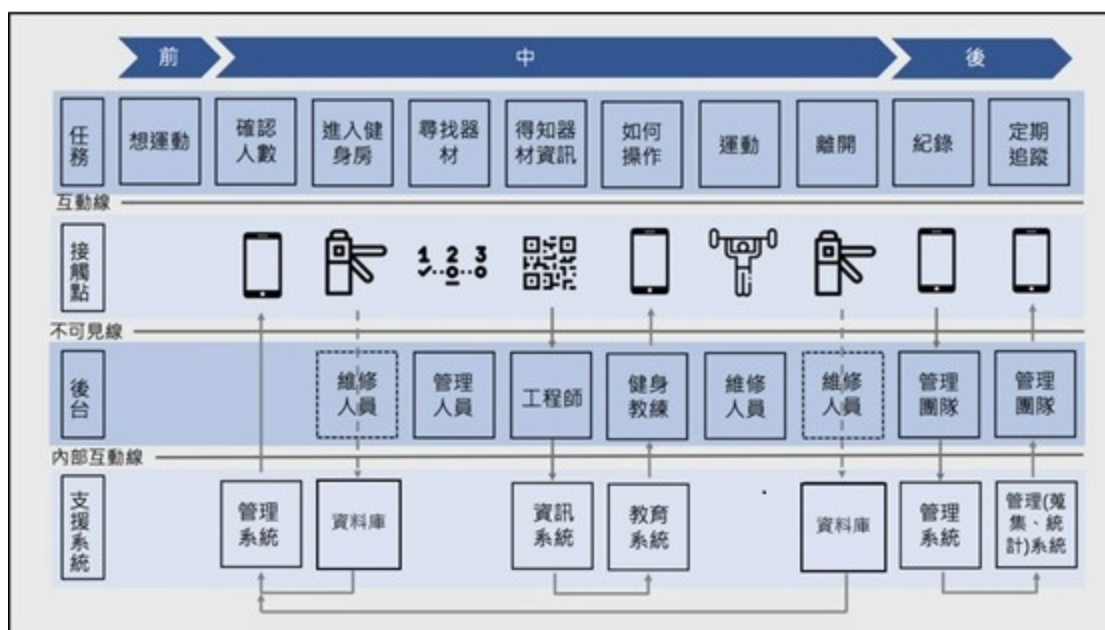


圖 8 逢甲大學健身房服務藍圖

## 5. 結論

以上是我們為新手使用健身房時觀察到的研究及改善，為了讓學生們使用健身房時更加便利及獲得更好的體驗，改善在健身房中常見的問題。為毫無經驗的新手設計一系列健身流程以及應用程式，方便使用者快速上手，同時也增加健身的知識。逢甲大學體育館內的健身房器材上缺乏詳細說明與介紹，容易造成新手的困擾；而在體育館內並無明顯的指示，引導新手進入健身房。由健身房使用者、工讀生、健身房行政管理團隊及各種軟硬體設施，各種角色可能接觸到的機會如：器材指示、方向指示、感應閘門等接觸點，帶出健身房需要提供的服務以及使用者心中真正認為想要健身房獲得什麼，也許期望自己擁有完美體態或是透過運動獲得健康等。最後我們運用 ATONE 來進行總結我們的服務設計提案。

### (1) Actors ( A ) : 解決方案中的所有參與者

- 想運動的其他人
- 健身房的工讀生
- 後台健身房行政管理團隊
- 工程師 APP 開發團隊
- 健身房軟硬體設施 ( 包括器材、出入口閘門 ) 維護人員

(2) Touchpoints ( T ) : 考量全面的接觸點

- 載具：手機
- 介面：健身房 APP
- 內容：健身房當前使用人數統計、器材使用簡易教學
- 實體及硬體：器材使用指示、健身器材、健身房出入口閘門

(3) Offering ( O ) : 提供了何種服務？

- 提供健身器材及空間、利用軟硬體來做知識管理與服務

(4) Need ( N ) : 使用者的需求是什麼？期望是什麼？

- 期望的體態
- 健身相關知識
- 解決不會使用器材的尷尬感

(5) Experience ( E ) : 如何創造奇妙的體驗

- 對於新手一個人可以輕鬆使用健身房
- 從手機事先錯開健身房人潮高峰時段
- 健身房公佈欄提供新手健身建議、從 APP 掃描 QR-code 了解器材使用資訊及簡易教學，同時將健身習慣數據化紀錄以供日後個人追蹤管理。

我們的研究討論出逢甲大學健身房以往沒有的服務與體驗，利用健身房 APP、器材序列指示牌、簡易新手教學以及把原有的感應閘門同步線上使用者人數..，希望未來我們的想法能夠讓各健身房新手使用者獲得順利的健身過程。

## 6. 參考文獻

逢甲大學體育館(2019), Retrieved from  
<http://www.sportscenter.fcu.edu.tw/wSite/mp?mp=598801> (2019/01/01)

Stickdorn, Marc & Schneider, Jakob (2012). 這就是服務設計思考！( *THIS IS SERVICE DESIGN THINKING: BASICS, TOOLS, CASES*). 池熙璿譯，台北：中國生產力中心出版社。

Thomas,H. (2019) 〈健身風潮興起 - 2018 年健身輿情分析〉, *SOCIAL-LAB*, Retrieved from <http://www.social-lab.cc/2018/06/social-insights/sport/4753/> (2019/01/01)