

國家發展委員會

109 年度政府網站易用性測試建議報告

〇〇〇〇〇〇〇〇署-搜尋〇〇〇〇〇讚

執行單位：中華民國資訊軟體協會
中華民國 109 年 12 月

目錄

一、 緣起.....	1
二、 目的.....	1
三、 測試方法.....	2
四、 測試需求.....	2
五、 測試服務流程.....	3
六、 測試成員背景.....	3
七、 測試結果分析.....	4
八、 建議方案.....	12
九、 結語.....	17
附件一：測試紀錄表.....	18

表目錄

表 1：關鍵步驟遇到的困難及使用行為	4
表 2：系統易用性量表	6
表 3：網站服務優化順序	16

圖目錄

圖 1：「搜尋○○○○讚」服務流程關鍵步驟	3
圖 2：○○○○署主要功能列	7
圖 3：○○○○署業務導覽列	7
圖 4：○○○○署網站分類	7
圖 5：○○○○署搜尋○○○○結果頁面	8
圖 6：○○○○讚－○○○○的政府資源搜尋引擎	9
圖 7：搜尋引擎篩選清單列表	10
圖 8：主題分類	10
圖 9：會員登入頁面	11
圖 10：行政院便民服務	12
圖 11：元大銀行官網	13
圖 12：國泰產險網頁分類範例	14
圖 13：Gmail 搜尋列設計範例	14
圖 14：博客來會員頁面	15

一、緣起

政府網站是機關在網路世界的虛擬門市，政府網站設計良窳影響民眾對機關服務的觀感與評價，其中網站易用性測試(Usability Test)扮演至關重要的角色。依據國際 ISO 9241的定義，易用性為服務的使用者在特定情境中為達特定目標，其所需具備之有效性(Effectiveness)、效率性(Efficiency)與滿意度(Satisfaction)。簡言之，使用者在使用機關的服務時，是否有滿足使用者的目標，使用情境是否具有有效性及效率性，即為易用性。易用性測試即是測試上述三個面向之內容，檢視服務對於使用者的表現。

為推廣政府網站易用性之設計理念，降低機關網站導入使用者測試門檻，國家發展委員會（以下簡稱本會）於109年設立政府網站易用性測試群眾外包(Crowdsourcing)服務，以出生、就學、就業、就養、終老、醫療、交通等與民生常用上線網站為推動標的，涵蓋中央與地方政府網站，期透過群眾智慧雲端測試群機制，提供機關便捷的網站使用者測試服務，降低機關網站導入使用者測試門檻，以有效提升機關網站服務品質。

二、目的

機關經由政府網站易用性測試群眾外包(Crowdsourcing)服務，瞭解使用者對網站服務的認知理解、情緒感受及阻礙問題，並可參考設計專家建議，研擬網站精進之方向，從而提升網站服務易用性與親和性，建構以民為本的政府網站服務環境。

三、測試方法

依據「政府網站服務管理規範」附錄：使用者中心設計建議（草案）。易用性測試為執行步驟的關鍵任務之一，經常被用來作為檢驗網站設計是否具有良好的使用者體驗，目的是檢視既有的網站與服務，其使用者在操作的過程上碰到什麼問題與阻礙。測試步驟如下：

- (一)說明測試的目的與注意事項：讓測試者瞭解測試目的為協助機關提升網站易用性，並提醒測試者測試前不需過度準備與檢視網站任務，同時測試過程需透過側錄軟體進行側錄。
- (二)執行任務：本測試採用放聲思考法作為評核方法，完成指派之任務。放聲思考法為引導使用者在每一個互動過程中，將其內心的想法用語言表達，幫助設計專家掌握使用者心理。
- (三)填寫測試結果紀錄表：請測試者寫下每個步驟操作當下的狀況。
- (四)填寫系統易用性量表：請測試者填寫系統易用性量表，測量使用者使用服務的感受程度。
- (五)分析並提供建議：設計專家進行評估，依測試結果剖析流程可改善之方法。
- (六)彙整測試結果：進行彙整建議草案並提供受測單位確認。

四、測試需求

(一)基本資料

- 1. 申請單位：○○○○○○○署○○○
- 2. 申請時間：109 年 7 月 7 日
- 3. 網站名稱：○○○○○○○署
- 4. 網址：密
- 5. 網站目標族群：○○○○○年或學生

(二)測試標的

- 1. 服務名稱：搜尋○○○○讚
- 2. 服務目的：讓青年了解更多可運用之資訊
- 3. 測試目的：想了解由官網找到相關業務網站需要多久時間

4. 預期完成操作時間：5 分鐘
5. 預期服務產出：無

五、測試服務流程

目前服務流程須操作 4 個關鍵步驟，如下圖 1。

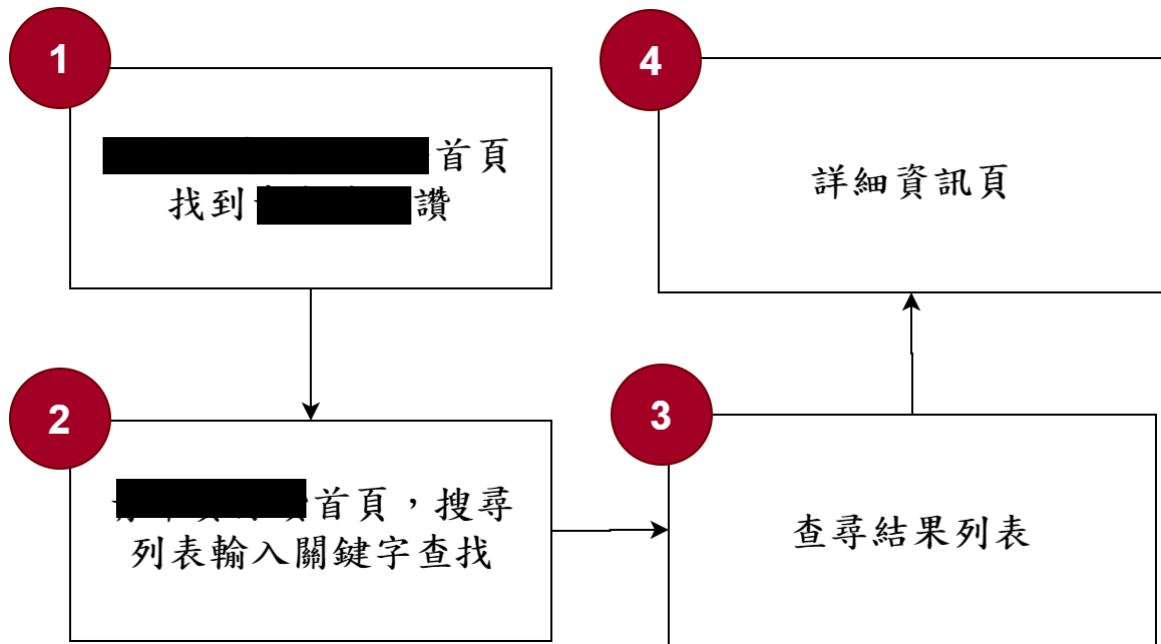


圖 1：「搜尋○○○○讚」服務流程關鍵步驟

六、測試成員背景

依測試需求網站目標族群為 18-35 歲青年或學生，測試者以學生或 18-35 歲青年為主，其它為輔。2 位一般民眾與 1 位 UX 設計師進行機關網站易用性測試，科技程度高，平常皆慣用電腦和智慧型手機聯絡與工作相關事務。

- (一) 測試者 1：女性、21 歲、學生、臺中求學藝術設計科系，一天使用電腦 4~5 小時。
- (二) 測試者 2：女性、23 歲、學生、臺南求學電機資訊系，一天使用電腦 4~5 小時。

(三)測試者 3：女性、30 歲、UX 設計師、使用過該網站，一天使用電腦 6~8 小時。

七、測試結果分析

(一)測試紀錄彙整

1. 關鍵步驟遇到的困難及使用行為，彙整如下表。

表 1：關鍵步驟遇到的困難及使用行為

關鍵步驟			遇到的困難	順利的原因	需注意的狀況
1	〇〇〇〇 〇〇〇〇 〇署首 頁找到 〇〇〇〇 〇讚	〇〇〇〇〇 〇〇〇〇署 首頁，搜 尋列搜尋 「〇〇〇〇 〇」	1. 測試者 1：除了「〇〇〇〇讚」，並無明確的〇〇〇〇相關連結。 2. 測試者 3：業務導覽提供的三項內容似乎都包含在〇〇〇〇的範圍；不知道是否要從此處尋找〇〇〇〇。 3. 測試者 3：主選單找不到〇〇〇〇。 4. 測試者 1：搜尋結果沒有明確的「〇〇〇〇讚」網站連結，而是相關新聞稿，需進入頁面後進一步連結。	測試者 2：優先看到大圖輪播或主題網站區塊的「〇〇〇〇讚」，就先點選並跳離〇〇〇〇網站了。	如果有明確的〇〇〇〇項目要尋找，可能不會以「〇〇〇〇」為關鍵字來查找頁面，且可能會無法順利找到目標；例如：健康、購屋、成家等相關計畫。
2	〇〇〇〇讚首頁，搜尋列表輸入關鍵字查找。		測試者 3：搜尋列表非一般網站之常見	測試者 1：能夠搜尋不同主	無

關鍵步驟		遇到的困難	順利的原因	需注意的狀況
		位置，會以為沒有搜尋列。	題底下的內容。	
3	查詢結果列表	同一個計畫項目重複出現，似乎是由不同縣市單位發佈，不知道有什麼不同。	無	無
4	詳細資訊頁	無	對計畫內容有基本的歸類列表，讓重點資訊一目瞭然，方便使用者初步認識。	無

2. 測試者操作此服務時間較機關單位預期多 4 分鐘

完成平均時間：9 分鐘

- (1) 測試者 1：04 分 51 秒。操作中有 5 個問題，無法獲得所需資訊；3 個問題可以透過其他方式獲得所需資訊。
- (2) 測試者 2：20 分 00 秒。操作中有 8 個問題，無法獲得所需資訊；2 個問題可以透過其他方式獲得所需資訊。
- (3) 測試者 3：02 分 54 秒，操作中 3 個問題可以透過其他方式獲得所需資訊。

3. 透過系統易用性量表(System Usability Scale, SUS)瞭解使用者的認同程度，本服務 SUS 分數¹平均為 43.3 分(詳參表 2)。

使用者的感受來自於使用網站完的總體印象，此測量為使用網站服務後施行，對每個題目進行 1-5 點評分(非常同意為 5 點，非常不同意為 1 點)。根據易用性量表研究建議，SUS 分數均值為 68 分，若測量分數在均值以下者，則表示其服務易用性急需改善。

¹ 依 SUS 計算公式而得，奇數題將各題的分數減1，得到每題的分數；偶數題用5減去每一題的分數，得到每題的分數。所有題目分數加總乘以2.5，即 SUS 總分。相關參考網站：<https://reurl.cc/R1qjDx>、<https://reurl.cc/j5Wkpp>

表 2：系統易用性量表

序	問題	測試者 1 評分	測試者 2 評分	測試者 3 評分
1	我想我會願意經常使用這個網站。	4	3	4
2	我覺得這個網站過於複雜。	3	4	1
3	我認為這個網站很容易使用。	3	2	2
4	我想我需要有人幫助才能使用這個網站。	4	3	2
5	我覺得這個網站的功能整合得很好。	2	2	1
6	我覺得這個網站有太多不一致的地方。	2	2	3
7	我可以想像大部份的人很快就可以學會使用這個網站。	3	3	2
8	我覺得這個網站使用起來很麻煩。	3	2	3
9	我很有自信能使用這個網站。	4	3	3
10	我需要學會很多額外的資訊，才能使用這個網站。	3	2	2
總分		27.5	52.5	50
分數均值		43.3		

(二) 關鍵議題

根據使用者測試的結果(請參見附件一)，整理出〇〇〇〇署網站 5 項相關議題與〇〇〇〇讚網站 3 項相關議題。

1. 〇〇〇〇署網站

(1) 網站主要架構缺少〇〇〇〇相關項目或區塊

使用者進入〇〇〇網站尋找〇〇〇〇，若進入首頁時沒有在入口的輪播大圖即時看到〇〇〇〇讚，使用者會改往先查找主選

單(如圖 2)，但是主選單列並無相關的選項，便會往下尋找首頁上其他區塊是否有關聯的內容，仍然無法找到相關內容。



圖 2：OOOO署主要功能列

(2) 主要功能業務導覽位置不適當，與使用者期待不符

使用者必須瀏覽到首頁底部才會看到OOO網站的業務導覽，其中包含生涯輔導、公共參與、國際及交流體驗，為OOO O項目，卻被配置在頁面最下方(如圖 3)，將會造成使用者之觸及率較低。



圖 3：OOOO署業務導覽列

(3) 網站業務分類過於籠統，架構不完整

依據「OOOO讚」網站，OOOO包含七項資源項目，目前OOOO署網站首頁僅有業務導覽列出生涯輔導、公共參與、國際及體驗學習，而一般使用者也不會聯想到OOOO讚被歸類在公共參與下(如圖 4)。



圖 4：OOOO署網站分類

(4) 搜尋結果與使用者期待不符

使用者在○○○網站搜尋○○○○時，會以○○○網站為主要搜尋目標，雖然「○○○○讚」能夠讓使用者直覺聯想到○○○○，卻會對該連向其他網站的連結感到存疑，降低對網站的信任度。另外，若以「○○○○」為關鍵字在站內搜尋列搜尋，使用者預期的○○○○應是羅列出各種青年政策與計畫，卻得出結果多為「○○○○讚」網站改版的新聞(如圖 5)。另外○○○○讚網站連結亦沒有清楚的列於第一順位，故搜尋結果無法直接提供使用者解決需求，使用者必須再進一步細看項目內容，才能進行思考判斷是否為目標頁面，因而降低網站使用效率。



圖 5：○○○○○搜尋○○○○○結果頁面

(5) 使用特定○○○○○項目搜尋，將無法得到所需結果

使用者實際在搜尋○○○○○時並不一定會以「○○○○○」作為關鍵字進行搜尋，可能會直接鎖定特定○○○○○分類進行查詢，例如以「健康」、「購屋」等關鍵字搜尋時，搜尋結果列表較少直接列出相關的計畫或是分類頁面，使用者只能再進一步逐項點開來探索，造成使用者搜尋時的負擔。

2. ○○○○讚網站

(1) 雖為專屬青年的政府資源搜尋引擎，搜尋列相較不顯著

使用者自○○○○○署網站點按輪播大圖「○○○○讚－專屬青年的政府資源搜尋引擎」，將學習到○○○○讚網站是一類似搜尋引擎作用的網站。進入○○○○讚網站後，發現搜尋列相當不明顯；進階搜尋按鈕的配置也距離搜尋按鈕太遠(如圖 6)，導致良好的篩選功能被使用者忽略，進一步造成搜尋體驗不佳(如圖 7)。



圖 6：○○○○讚－○○○○○的政府資源搜尋引擎

首頁 公共參與 創新學習 就業創業 國際參與 健康生活 幸福成家 社區深耕 最新消息

七大主題

關鍵字

年齡 - 歲

區域 ☐ 不限 ☐ 北部 ☐ 中部 ☐ 南部 ☐ 東部及離島 ☐ 基隆市 ☐ 臺北市 ☐ 新北市 ☐ 桃園市 ☐ 新竹縣
☐ 新竹市 ☐ 苗栗縣 ☐ 臺中市 ☐ 南投縣 ☐ 彰化縣 ☐ 雲林縣 ☐ 嘉義市 ☐ 嘉義縣 ☐ 臺南市
☐ 高雄市 ☐ 屏東縣 ☐ 宜蘭縣 ☐ 花蓮縣 ☐ 臺東縣 ☐ 澎湖縣 ☐ 金門縣 ☐ 連江縣 ☐ 國際

身分別 ☐ 不限 ☐ 教師 ☐ 經濟或社會弱勢 ☐ 男 ☐ 女 ☐ 團體 ☐ 公司行號 ☐ 學生 ☐ 社會人士 ☐ 新住民
☐ 原住民 ☐ 役男 ☐ 父母 ☐ 孕媽咪 ☐ 夫妻 ☐ 身心障礙 ☐ 失業 ☐ 農漁民業者 ☐ 客家

類型 ☐ 不限 ☐ 運動休閒 ☐ 體驗學習 ☐ 環保 ☐ 團隊 ☐ 獎金/補助金 ☐ 競賽 ☐ 聯誼 ☐ 見習工讀 ☐ 就業創業
☐ 國際參與 ☐ 志工服務 ☐ 培訓研習 ☐ 進駐空間 ☐ 交流 ☐ 進修 ☐ 度假打工 ☐ 貸款 ☐ 諮詢輔導
☐ 資源平台 ☐ 性別資源

時程 ☐ 不限 ☐ 一個月內 ☐ 三個月內 ☐ 六個月內 ☐ 一年內

金額 - 元

圖 7：搜尋引擎篩選清單列表

(2) 七大主題缺乏子分類，使用者需要進一步搜尋

雖然能透過清楚的七大主題選單找尋資源，但點選主題時會羅列出中央政府與全臺各縣市的所有政策與計畫，使用者不易辨認屬於自身需求的計畫項目；且許多政策計畫雷同，使用者容易混淆；因此需要在該主題下搜尋其他關鍵字以縮減資訊查找範圍，再確認搜尋結果，才能找到目標項目(如圖 8)。



搜尋「購屋」的結果



圖 8：主題分類

(3) 會員登入無法即時作用，且功能較少

〇〇〇〇讚網站具備會員功能(如圖 9)，但以 Google 或臉書連結登入後，頁面跳轉至首頁，首頁上並沒有明顯的改變與提示，因此無法辨別是否已登入成功，且找不到會員功能頁面，須一段時間後才出現登入的帳號名稱。點按進入後卻僅有帳戶管理與書籤管理，對於不常使用該網站的使用者而言，該二項功能不實用，欠缺實質幫助，並不能增加網站實質的轉換率。



圖 9：會員登入頁面

八、建議方案

〇〇〇〇署網站與「搜尋〇〇〇〇讚」提供學生或 18-35 歲〇〇〇〇資訊之服務，根據測試結果有關〇〇〇〇署網站分析的 5 項關鍵議題「網站主要架構缺少〇〇〇〇相關項目或區塊」、「主要功能業務導覽位置不適當，與使用者期待不符」、「網站業務分類過於籠統，架構不完整」、「搜尋結果與使用者期待不符」、「使用特定〇〇〇〇項目搜尋將無法得到所需結果」，及搜尋〇〇〇〇讚分析的 3 項關鍵議題「雖為專屬青年的政府資源搜尋引擎，搜尋列卻不顯眼」、「七大主題缺乏子分類，使用者需要進一步搜尋」、「會員登入無法即時作用，且功能過少」，整理出 7 項建議方案，詳細說明如下：

（一）調整主要功能區塊位置，從使用者角度命名

找尋〇〇〇〇為本網站使用者的主要需求之一，因此為解決使用者須連至外部網站才能看到相關內容的疑慮，並提升網站使用效率；建議調整原本的「業務導覽」至〇〇〇〇署網站入口，讓使用者進入網站後能快速找到主要服務，且以貼近使用者的名稱重新命名為「〇〇〇〇」區塊。

（二）將各面向的〇〇〇〇納入分類架構

接續前面第 1 點所述，重新盤點〇〇〇〇署網站與〇〇〇〇讚網站中所有的〇〇〇〇內容，透過鮮明的圖示，生動地表達資訊內容，如下圖 10，並整合〇〇〇〇讚網站的資源於子頁面，藉以提供對應的連結。



圖 10：行政院便民服務

（三）重整主選單列為解決需求問題的功能型導覽列

主選單列的設計應以使用者需求為出發，將解決需求問題的「功能型導覽列」作為設計的主軸。於主選單加入「○○○○」以羅列所有○○○○與原本主要選單列的首要內容，並調整「法令規範」、「政府公開資訊」的視覺層級，將此類政府公示資訊移至網站頂端的次導覽列。以元大銀行官網為例，將法律揭露事項放置網站頂端，主選單列僅留下主要服務內容，如圖 11。



圖 11：元大銀行官網

（四）從使用者輸入關鍵字的角度進行 SEO 的優化

以○○○○等相關內容進行搜尋結果的優化，並從使用者輸入關鍵字的角度進行搜尋引擎優化(Search Engine Optimization, SEO)。當民眾輸入「青年、資源」等破碎或組合式的關鍵字時。可以在搜尋結果的前幾名選項中找到直接的○○○○讚網站連結或對應關鍵字的確切選項。

另建議改善○○○○讚網站的方案說明如下：

（五）依使用者需求增設子分類，協助使用者定義自身需求

為了解決於眾多計畫中，使用者不易辨認屬於自身需求的計畫項目；且許多政策計畫雷同，使用者容易認知混淆的問題，建議協助使用者定義自身的狀況，並將需求分類。在主要分類中如「公共參與」的下拉選單裡，設置第二層的分類選單。可參考圖 12 國泰產險網頁分類範例。依據多數使用者的需求，整合網站主要服務，讓使用者以

更有效與快速的方式，找到屬於自己需求的分類項目。



圖 12：國泰產險網頁分類範例

(六) 優化搜尋介面，方便使用者有效使用搜尋功能

為體現資料內容搜尋的便利性，建議將目前搜尋區中的「進階搜尋」按鈕移至左側與「搜尋」按鈕並列，讓使用者能更容易使用進階搜尋中的篩選功能，快速、準確的找到所需內容。也可參考 Gmail 的搜尋列設計模式如圖 13，將進階搜尋的內容收合至右側的下拉式選單。

圖 13：Gmail 搜尋列設計範例

（七）提供使用者更多元與便捷的服務

建議強化會員用戶的功能，以提供使用者更多元與便捷的服務，藉由會員使用者的瀏覽紀錄，平台可依據會員喜好或是時常瀏覽的計畫，主動推播相關分類新上架的政策計畫或主題活動，予以使用者參考，如圖 14，藉以增加使用者滿意度；提升網站價值。

The image shows a screenshot of the Blogger.com member page. It features several promotional banners and product recommendations. The top section includes a 'Main Activity' (主題活動) banner with links to various promotions. Below this is a 'Recently Viewed' (最近瀏覽) section displaying five books: '讀懂一本書' (Understanding a Book), '這個世界爛透了，我們動手做個好的' (This world is so rotten, let's make a good one), '最新國際關係地圖' (Latest International Relations Map), '借錢：從利息、債務到金融商品，2000年' (Borrowing Money: From Interest, Debt to Financial Products, 2000), and '國家地理：世界雙週地圖：從原料、產' (National Geographic: World Bi-weekly Map: From Raw Materials, Production). The bottom section is titled '相關活動' (Related Activities) and features a large banner for '忙碌爸媽的家庭時間管理術' (Family Time Management for Busy Parents) by Kuo Ru. To the right of the main content is a sidebar with a yellow header '您的本月獨享優惠' (Your Exclusive Monthly Offer) and '最新會員專函' (Latest Member Newsletter). The sidebar contains several promotional banners: '養出健康秀髮' (Nurture Healthy Hair), '初秋換季新品展' (Early Autumn Seasonal New Product Exhibition), '3C開學慶' (3C Back to School Celebration), and '日本食器道具街' (Japanese Tableware and Utensils Street).

主題活動

- > 【本月狂推】精選電子書每月7日新登場，特價再85折！
- > 【電子書3周年慶】滑出新世界！參展書29元起；精選3本79折！點開就變喜歡的樣子！
- > 【電子書周報】20200408
- > 電子書、電子雜誌結帳金額滿\$799，領券現折\$100！

最近瀏覽

讀懂一本書：3300萬會員、22億次收聽
這個世界爛透了，我們動手做個好的
最新國際關係地圖：視覺化國際關係的
借錢：從利息、債務到金融商品，2000年
國家地理：世界雙週地圖：從原料、產

相關活動

忙碌爸媽的家庭時間管理術
斜槓媽咪代表 凱若 獨創簡單三步驟
輕鬆兼顧家庭、事業、嗜好與夢想
① 活用碎片時間 ② 家庭行事曆 ③ 休息、學習、打造未來
隨書附贈 幸福家庭行事曆、MiVida 購物折扣碼

您的本月獨享優惠 **最新會員專函**

● **養出健康秀髮**
發出健康髮 9.1-9.30 精選品牌指定商品滿\$888鑽石會員結帳再95折 5折起

● **初秋換季新品展**
初秋換季 分級會員享結帳滿千9折起 服飾/包包/錶飾 配件鑽石會員結帳滿千再9折

● **3C開學慶**
9月 3C開學慶 參展商品5折起 開學必備！鑽石會員結帳滿千再9折 結帳金額滿千鑽石/白金享9折 黃金享9.5折

● **日本食器道具街**
9月 日本食器道具街 日本都道府縣在地名餐具直送，鑽石會員結帳滿千再9折 鑽石/白金會員結帳滿千再9折

圖 14：博客來會員頁面

以上 7 項建議方案，依據使用者測試過程中易發生中斷點與易用性 3 面向評估，列出網站服務優化順序如下表 3，依數字小為優先，即在使用者的操作過程中，使用者是否能感受到立即性的改善，並解決主要問題為優先項目，作為機關後續網站優化的參考依據。

表 3：網站服務優化順序

關鍵議題	建議方案	優化順序	易用性面向
〇〇〇〇署			
主要功能業務導覽位置不適當，與使用者期待不符	1. 調整主要功能區塊位置，從使用者角度命名	1	有效性 效率性
網站業務分類過於籠統，架構不完整	2. 將各面向的〇〇〇〇納入分類架構	2	有效性 效率性
網站主要架構缺少〇〇〇〇相關項目或區塊	3. 重整主選單列為解決需求問題的功能型導覽列	3	有效性 效率性
搜尋結果與使用者期待不符	4. 從使用者輸入關鍵字的角度進行 SEO 的優化	4	有效性
使用特定〇〇〇〇項目搜尋將無法得到所需結果			
〇〇〇〇讚			
七大主題缺乏子分類，使用者需要進一步搜尋	5. 依使用者需求增設子分類，協助使用者定義自身需求	5	有效性 滿意度
雖為專屬青年的政府資源搜尋引擎，搜尋列卻不顯眼	6. 優化搜尋介面，方便使用者有效使用搜尋功能	6	有效性 效率性
會員登入無法即時作用，且功能過少	7. 提供使用者更多元與便捷的服務	7	滿意度

九、結語

本易用性測試以評估網站服務流程現況為基礎，分析流程中之議題，並提出協助服務提供者與服務使用者省工、省時之建議。

以上建議方案提供〇〇〇〇〇〇〇〇署「搜尋〇〇〇〇讚」服務未來精進方向與設計參考，建議後續可會同利害關係人(包含服務提供者、服務使用者、系統開發廠商等)一同研擬實際可落實之執行細節，讓政府網站服務品質更臻完善。

附件一：測試紀錄表

測試狀況數字與方框底色代表意義：1(白底色)→順利完成；2(黃底色)→有一些問題但可自行解決；3(紅底色)→無法完成，無法進入下一頁或是選錯

測試者 1：

頁面名稱	〇〇〇〇〇〇〇首 頁	〇〇〇〇讚-搜尋	〇〇〇〇讚-搜尋-列表	〇〇〇〇讚-進階搜尋	第三屆桃園時代青年行動 家徵選
碰到的狀況或問題	2. 瀏覽一遍後，看見橫幅上有看似可以搜尋的引擎便點進去	1. 找到可以搜尋資源的地方	2. 列表內有很多資源不用點進去就可以先初步篩選像是地點等等資訊	2. 蠻多篩選條件的有點眼花撩亂	1. 資訊感覺蠻齊全的該有的都有，最重要的申請期限用紅字特別容易注意到
碰到的狀況或問題		1. 七大主題先隨意選擇其中一項進去瀏覽	2. 現在才意識到需要更多的篩選引擎協助找的符合自己需求的資源	2. 才勾兩個條件出來的就完全沒符合條件的資源	3. 發現日期已經截止.....那截止的日期的資源對我來說就是浪費時間，不是能使用的資源啊!!!
碰到的狀況或問題				3. 不知道是哪個條件符合搜尋到所以也不能從哪裡放寬條件	

頁面名稱	〇〇〇〇讚-進階搜尋
碰到的狀況或問題	3. 想把過期的資訊篩選掉 但發現好像沒這個功能

測試者 2：

頁面名稱	〇〇〇〇〇〇〇〇署 首頁	〇〇〇〇讚 首頁	〇〇〇〇〇〇〇〇署 業務 Q&A	〇〇〇〇讚 公共參與/創新學習…等主題頁	
碰到的狀況或問題	1. 進入首頁後就看到” 〇〇〇〇讚” 圖示，因此點進去。	1. 我想這就是任務中提到的” 〇〇〇〇〇相關資訊”	1. 在此頁中找找看有沒有其他關於” 〇〇〇〇〇” 的內容，因為我不確定我應該找到的內容是不是就是” 〇〇〇〇〇讚”。大致瀏覽一下並未發現其他可能的資訊。	2. 剛進入這頁有點困惑，看到有很多大圖示，慢慢理解這頁是用來放很多相關的活動資訊。	2. 有嘗試更換檢視模式，覺得條列式較易閱讀，而區塊式固定的” 2 大 3 小” 排列規則後來發覺好像不是有意義的(例如重要性、熱門程度)，所以我剛開始有點困惑。

頁面名稱	〇〇〇〇讚活動內頁	〇〇〇〇讚會員登入	〇〇〇〇讚註冊會員	〇〇〇〇讚導覽員	〇〇〇〇讚導覽員如何收藏計畫案
碰到的狀況或問題	1. 覺得內容重點很清楚，有顏色標示	2. 嘗試會員登入，一開始直接點 FACEBOOK 但沒先註冊所以登入失敗	2. 填寫密碼時沒有注意到規定要” 由大小寫英文字母、數字共同組合之 12 碼密碼” 而出錯	1. 我從此頁知道會員有” 收藏計畫案” 的功能	3. 說明圖示顯示” 收藏計畫案” 會顯示在列表側邊，但並未看到，後來發現要點進去計畫案內容頁才會顯示。
碰到的狀況或問題			2. 註冊信件進入垃圾郵件才找到	2. 依照導覽員說明點擊網頁後導覽員就會關閉，剛剛查詢的內容就會消失要重找，有些不方便	2. 點圖示會放大，但還是覺得有點小
碰到的狀況或問題			2. 其實剛開始不太知道註冊會員要做什麼		
碰到的狀況或問題			3. 無法從首頁找到” 登入會員”		