

數位發展部

112 年度政府網站易用性測試建議報告

000000

-註冊會員

執行單位：中華民國資訊軟體協會  
中華民國 113 年 5 月



## 修訂歷史

版本	制/修訂人員	變更內容摘要	提供日期
1.0	CISA	初版制訂	113.5.3

## 審查意見修改對照表

項次	審查意見	回覆說明	對應頁次
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

# 目錄

一、 緣起.....	1
二、 目的.....	2
三、 測試方法.....	2
四、 測試需求.....	3
五、 測試服務流程.....	4
六、 測試成員背景.....	5
七、 測試結果分析.....	6
八、 建議方案.....	21
九、 結語.....	28

## 表目錄

表 1：測試成員相關背景 .....	5
表 2：關鍵步驟遇到的困難及使用行為 .....	6
表 3：測試成員操作服務時間與問題個數 .....	12
表 4：網站使用者體驗量表 .....	13
表 5：網站服務優化順序 .....	27

## 圖目錄

圖 1：「OOOOOO-會員註冊」服務流程關鍵步驟 .....	4
圖 2：導覽列示意圖 .....	15
圖 3：高雄幣相關服務示意圖 .....	16
圖 4：首頁「加入 OOOOOO」行動區塊 .....	17
圖 5：導覽列「高雄幣」項目內容 .....	17
圖 6：首頁中段關於高雄幣的行動區塊 .....	17
圖 7：「關於高雄幣」頁面示意圖 .....	18
圖 8：會員專區下拉式選單 .....	18
圖 9：OOOOOO「密碼登入」 .....	19
圖 10：OOOOOO「會員註冊成功」頁面 .....	19
圖 11：OOOOOO「實名驗證說明」 .....	20
圖 12：OOOOOO「確認是否兌換高雄幣」 .....	20
圖 13：OOOOOO「登入後使用提醒」 .....	20
圖 14：OOOOOO「隱私保護政策」 .....	21
圖 15：台灣高鐵會員 TGO「首頁」 .....	22
圖 16：台北通「首頁」 .....	22

圖 17：國代世華銀行個人金融「產品介紹下拉選單」 .....	23
圖 18：台灣高鐵會員 TGO「首頁」 .....	24
圖 19：國代世華銀行個人金融「設定密碼」 .....	25
圖 20：國代世華銀行個人金融「閱讀條款」 .....	26

## 一、緣起

資訊科技應用蓬勃發展，民眾的日常生活與網路的連結越來越密切，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(Efficiency)與滿意度(Satisfaction)。易用性大師 Jakob Nielsen 曾撰寫系統易用性基本框架<sup>1</sup>，其中指出易用性係代表系統服務功能提供輕易與愉快的使用程度，且包含易學(Learnability)、易記(Memorability)、避免錯誤(Errors)、效率(Efficiency)及滿意度(Satisfaction)等元素。簡言之，使用者在使用機關的服務時，是否能獲得滿足的目標，使用情境與系統框架是否具易學、易記、避免錯誤與效率，即為易用性。因此，易用性測試即是測試上述五個面向之內容，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，數位發展部政府網站易用性測試服務，112 年度以民眾經常造訪、申辦網站為推動標的，範圍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。同時，為普及推廣政府網站易用性之設計理念，本測試成果報告置於政府網站交流平臺分享予各機關參考。

---

<sup>1</sup> 資料來源：Jakob Nielsen，系統易用性基本框架，<https://reurl.cc/O0zKpX>。

## 二、目的

機關經由政府網站易用性測試服務，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」附錄一：使用者中心設計建議。易用性測試為執行步驟的關鍵任務之一，經常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須過度準備與檢視網站任務，同時測試過程需須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)填寫網站使用者體驗量表：請測試者填寫網站使用者體驗量表，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：OOOOOOOOOO
- 2.申請時間：2023 年 11 月 29 日
- 3.網站名稱：OOOOOO
- 4.網址：OOOO
- 5.網站目標族群：戶籍地或居住地為高雄市，或對生活議題有興趣之民眾

### (二)測試標的

- 1.服務名稱：會員註冊
- 2.服務目的：讓民眾可以便利的完成會員註冊，透過會員登入後，亦能流暢的完成其他服務。
- 3.測試目的：瞭解民眾在會員註冊流程中有無不順暢，感到疑惑，甚至可能有無法完成註冊的可能性。
- 4.預計完成操作時間：5 分鐘
- 5.預期服務產出：完成會員註冊，後續能透過會員服務完成兌換好禮、多元支付等服務。

## 五、測試服務流程

目前服務流程需操作 6 個關鍵步驟，如圖 1。

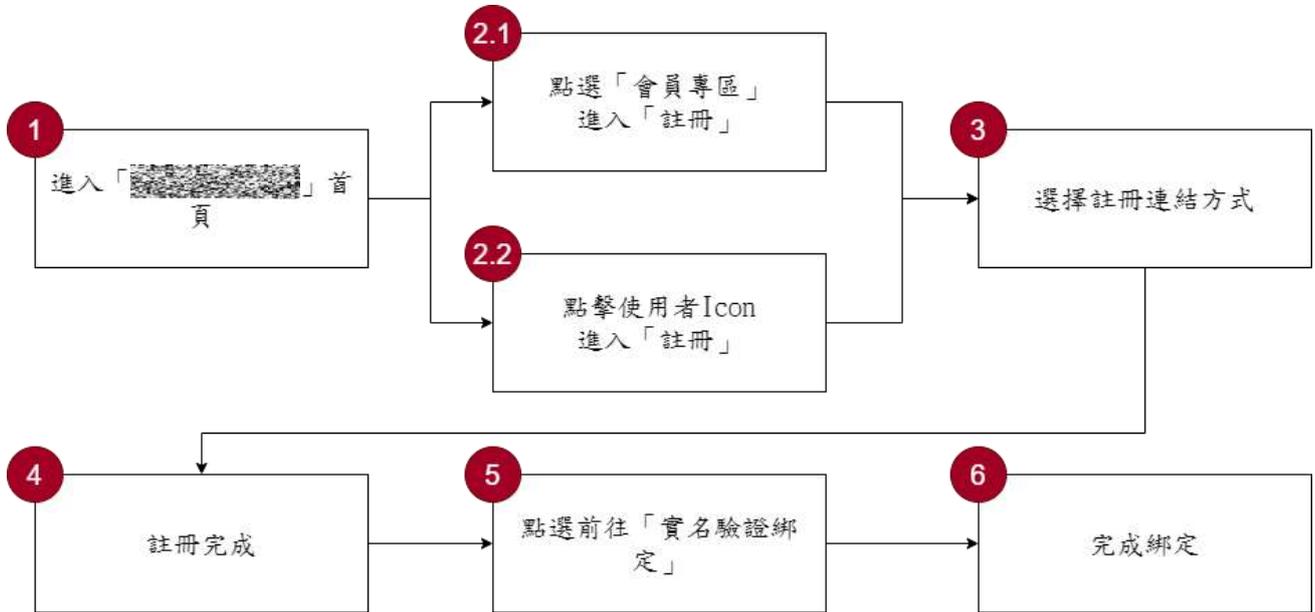


圖1：「OOOOOOO-會員註冊」服務流程關鍵步驟

## 六、測試成員背景

5 名測試員皆具有生活興趣之議題，測試員 4、5 戶籍地屬高雄之民眾，本案測試者皆符合目標族群。5 位一般民眾與 1 位設計專家(如表 1)進行機關網站易用性測試。

表1：測試成員相關背景

測試成員	性別	年齡	居住地	職業	使用電腦時間長度
測試者 1	女性	26 歲	新北市	電子科技人員	6 小時以上/天
測試者 2	男性	43 歲	臺中市	行政人員	6 小時以上/天
測試者 3	女性	31 歲	臺北市	學術研究人員	6 小時以上/天
測試者 4	女性	36 歲	臺北市	行政人員	6 小時以上/天
測試者 5	女性	34 歲	臺北市	其他類人員	4~5 小時/天
設計專家	女性	29 歲	台南市	UX 設計師	6 小時以上/天

## 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，彙整如表 2。

表2：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	須注意的狀況
1 進入 「OOOOO O」首頁	<p>測試者 1：瀏覽網頁後，點選兌換更多商品，突然出現彈跳視窗，提示需登入或註冊才能使用此功能。</p> <p>設計專家：不能理解變成 OOOOOO 有什麼功能，以及高雄幣如何獲得和怎麼使用，對自己有什麼益處。</p>	<p>使用者搜尋「OOOOOO」為搜尋結果第一項，可以順利地直接進入該頁面。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 主選單資訊層級混亂，不同功能的選項被排在同一層，展開主選單時，看到的項目不如預期。</li> <li>2. 不清楚便民一路通與這個網站的關聯。</li> <li>3. 對於高雄幣的概念、使用規則及如何使用，缺乏完整與清晰的介紹。</li> <li>4. 網站定位不清楚，導致使用者進來探索網站時，不知道要怎麼跟網站進行互動。</li> </ol>
2.1 點選「會員 專區」進入 「註冊」	<p>設計專家：上方導覽列的登入或註冊不明顯，最後點選「會員專</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 使用者一進到首頁，在橫</li> </ol>	<p>雖然使用者都能順著彈跳視窗進到登入或註冊頁面，但彈跳視</p>

關鍵步驟		遇到的困難	順利的原因	須注意的狀況
		區>我的會員碼」，出現彈跳視窗，才順利進行註冊。	幅區域看見大而明顯的「立即註冊」。 2. 點擊部分服務，如高雄幣、生活服務、會員專區，都會出現彈跳視窗，因此使用者會順著彈跳視窗進入註冊頁面，不一定會點選「會員專區」進入「註冊」。	窗的過多設計，易讓使用者反感。
2.2	點選使用者 icon 進入「註冊」	無	無	當使用者向下滑動頁面時，上方導覽列會產生動態變化，使用者登入圖示會跟著消失，易導致使用者困惑。
3	選擇註冊連結方式	測試者 2：對於註冊懶人包，未提供其他 2 種	有 Line 帳號、Google 帳號及	授權條款文字過長，不易閱讀。

關鍵步驟	遇到的困難	順利的原因	須注意的狀況
	<p>註冊說明感到疑惑，認為官方可能鼓勵民眾綁定 Line。</p> <p>測試者 5：使用者不喜歡串連個資或收到廣告，因此選擇「自訂帳號註冊」，但看見必填的資料過多，因此放棄填寫，回到「會員註冊」，再選擇其他註冊方式。</p> <p>測試者 3：填寫會員註冊所需資料，例如：生日年月份，無法有效手動輸入數字，必須透過滑動點選。自訂帳號的密碼審核太過複雜，格式規定需包含英文大小寫，且至少 12 碼，讓使用者感到煩躁。</p> <p>測試者 4、設計專家：「勾選會員註冊授權條款」頁面中，「OOOOO 隱私權保護政策」需點擊超連結，開出另一個分頁</p>	<p>自訂帳號等 3 種註冊方式，使用者視需求自行選擇註冊方式。</p>	

關鍵步驟	遇到的困難	順利的原因	須注意的狀況
	<p>瀏覽，且並無閱讀強制性，雖然可以加快整個註冊流程，但對於沒有強制讓使用者確認過個資的使用範圍感到疑慮。</p>		
4	<p>註冊完成</p> <p>測試者 1、設計專家：註冊完成後，系統沒有自動登入，需要自行手動登入。</p> <p>測試者 5：註冊成功進入登入頁面後，點擊 Google 登入，發現跟註冊頁面類似，以為沒有註冊成功。註冊成功後的畫面為「回到首頁，點選你註冊的 Google 登入」的連結，使用者認為可以點選使用者圖示進入「登入」頁面就好，不理解為何一定要回到首頁。</p> <p>測試者 5：因註冊必須填寫戶籍地址，疑惑是否高雄市民才享有優惠。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 上方有進度條，可以讓使用者清楚知道現在哪個流程或步驟。</li> <li>2. 選擇 Google 會員註冊，勾選會員註冊授權條款，並填寫驗證碼。連結帳號的過程順利，也不需要填寫資料。</li> <li>3. 註冊懶人包提供註冊操作流程，也可</li> </ol>	<p>註冊完畢回到首頁後，無法立即看到與登入有關的線索，缺乏引導或協助使用者在註冊完畢後自動登入。</p>

關鍵步驟	遇到的困難	順利的因素	須注意的狀況
		<p>設計專家：註冊過程中，第二步驟「完成註冊並啟用帳號」之用語，讓人感到困惑，不了解為何註冊成功後，還需啟用帳號。</p>	<p>以加入「OOOOO」官方好友接收最新消息，並且可以從裡面直接連結註冊。</p>
5	<p>點選前往「實名驗證綁定」</p>	<p>測試者 1、5：註冊完成並登入後，突然跳出實名驗證綁定的彈跳視窗，當下不能理解綁定能帶來什麼方便性與必要性。</p> <p>測試者 1、2：有 3 種實名驗證方式，除了電信驗證，其他 2 種需使用讀卡機，且要申請自然人憑證才能使用，使用者感到麻煩。</p> <p>測試者 5：對於會員專區要填寫細部資料，感到沒耐心。</p> <p>測試者 1、設計專家：帳號被自動登出，還需要再登入一次。</p>	<p>「實名驗證綁定」有 3 種方式，分別為「電信驗證」、「行動自然人憑證」及「自然人憑證」，使用者可以選擇方便的申辦方式，並且實名綁定的流程順暢。</p> <p>沒有清楚說明實名綁定驗證的好處、大概會花多少時間，以及有無資安風險。</p>

關鍵步驟	遇到的困難	順利的原因	須注意的狀況
	<p>測試者 1：真實姓名的欄位自動帶入電子信箱的暱稱，容易造成使用者忘記修正成真實姓名。</p> <p>測試者 1、設計專家：在填寫通訊地址跟戶籍地址時感到困惑，不確定若不是高雄市民是否也可以申辦。</p> <p>設計專家：驗證碼語音播放器比例過長，造成視覺上過於明顯，容易讓使用者聚焦，並且對於其用途感到困惑。</p>		
6	<p>完成綁定</p> <p>測試者 5、設計專家：完成實名驗證綁定後，立即跳出「『完成綁定』，您已完成實名驗證綁定，是否前往繼續完成『約定車號綁定』」，讓使用者感到困擾。</p> <p>測試者 1：不能理解「約定車號綁定」和</p>	<p>1. 填寫完成基本資料到完成實名綁定，操作過程相當直覺，並且頁面的文字說明清楚。</p> <p>2. 基本資料</p>	<p>過多的分散、分次的「綁定」要求，會讓使用者感到壓力與強迫性。</p>

關鍵步驟	遇到的困難	順利的原因	須注意的狀況
	「高銀帳號綁定」的好處。  測試者 2：帳號被自動登出。	需要異動時，可至「會員專區」修改。	

2. 測試者操作此服務時間較機關單位預期多 1 分 46 秒，完成平均時間：6 分 46 秒。測試成員操作服務時間與問題個數如表 3。

表 3：測試成員操作服務時間與問題個數

測試成員	測試完成時間	無法自行解決之問題個數	可透過其他方式獲得所須資訊之問題個數
測試者 1	8 分 27 秒	0	8
測試者 2	5 分 33 秒	6	12
測試者 3	5 分 44 秒	0	1
測試者 4	4 分 24 秒	0	1
測試者 5	8 分 30 秒	0	12
設計專家	7 分 56 秒	0	9

3.透過網站使用者體驗量表瞭解使用者的認同程度，本服務各構面分數平均皆超過為 3.15 分，如表 4。

使用者的感受來自於使用網站的總體印象，此測量為一般民眾使用網站服務後施行，對每個題目進行 1 - 5 點評分，各問項評分參考李克特五點尺度，衡量政府機關網站之使用者體驗績效，1 為「非常不同意」，2 為「不同意」，3 為「普通」，4 為「同意」，5 為「非常同意」。3.5 分介於「普通」與「同意」之中間，故以此做為及格分數。若測量分數在均值以下者，則表示其服務評量構面需改善。此網站使用者體驗量表分數僅作示範及參考用。

表4：網站使用者體驗量表

評量構面	序	項目	測試者 1 評分	測試者 2 評分	測試者 3 評分	測試者 4 評分	測試者 5 評分	
可靠性	1	此政府網站向民眾承諾在某一時間內完成某些事時，他們會做到(訊息發布、線上申請的項目在預定時間內完成等)	4	1	3	5	3	
	2	我操作此政府網站遇到問題時，網站能協助我解決問題(提供 Q&A、線上客服及操作提示等)	5	5	4	5	5	
	3	此政府網站能提供正確的導引	5	5	4	5	5	
	4	此政府網站會正確紀錄我申請的服務資訊	4	5	4	5	3	
			各測試者均值	4.5	4	3.75	5	4
			構面均值	4.25				
回應性	5	此政府網站可以明確告知民眾申辦服務須要的作業的時間	3	1	5	3	3	
	6	此政府網站可以提供立即的回應(提供查詢功能、線上即時客服等)	3	5	4	5	3	
	7	此政府網站的線上或臨櫃客服人員總是願意協助民眾	3	5	3	3	3	
	8	此政府網站的線上或臨櫃客服人	3	5	3	3	3	

評量構面	序	項目	測試者 1 評分	測試者 2 評分	測試者 3 評分	測試者 4 評分	測試者 5 評分
		員不會忙到無法提供服務					
		各測試者均值	3	4	3.75	3.5	3
		構面均值	3.45				
保證性	9	此政府網站值得信賴的	4	5	3	5	3
	10	我在此政府網站線上或臨櫃，申辦或操作時覺得安全	4	5	3	5	3
	11	此政府網站的線上或臨櫃客服人員的回覆是有禮貌的	4	5	3	3	3
	12	此政府網站的線上或臨櫃客服人員具備足夠的知識，回答民眾的問題	4	3	3	3	3
		各測試者均值	4	4.5	3	4	3
		構面均值	3.7				
體貼性	13	此政府網站會針對民眾條件提供個別的服務(提供老人津貼、勞保明細表，或提供查詢交通路線/時段等申辦服務)	3	3	3	3	3
	14	承上題，此政府網站提供的資訊或線上服務已瞭解民眾的需求，並優先考慮民眾的利益	3	2	3	5	3
	15	承上題，此政府網站會給予民眾各別的關懷	3	1	3	3	3
	16	此政府網站提供民眾方便使用網站的時間	5	1	3	5	5
		各測試者均值	3.5	1.75	3	4	3.5
		構面均值	3.15				
易用性	17	我認為我會經常使用此網站	5	3	2	5	3
	18	我覺得此網站是簡單的	5	4	5	5	4
	19	我認為此網站很容易使用	5	4	5	5	4
	20	我不需要有人幫助就能使用這個網站	5	5	5	5	5
	21	我覺得此網站的功能整合得很好	4	3	3	5	5
	22	我覺得此網站很一致	4	3	4	5	5

評量構面	序	項目	測試者 1 評分	測試者 2 評分	測試者 3 評分	測試者 4 評分	測試者 5 評分
	23	我認為大多數的人可以很快地學會使用此網站	5	4	5	5	3
	24	我覺得此網站使用起來並不麻煩	5	4	5	5	5
	25	我有自信能使用此網站	5	4	4	5	5
	26	我不需要學習很多事情，就能使用此網站	5	4	4	5	4
	各測試者均值		4.8	3.8	4.2	5	4.3
	構面均值		4.42				
資訊品質	27	此網站提供的資訊是正確的	5	4	4	5	5
	28	此網站提供的資訊是最新的	5	2	3	5	2
	29	此網站提供的資訊是相關的	4	3	4	5	5
	30	此網站提供的資訊是容易瞭解的	4	4	5	5	5
	各測試者均值		4.5	3.25	4	5	4.25
	構面均值		4.2				

## (二) 關鍵議題

根據使用者測試的結果(請參見附件一)，整理出 4 項關鍵議題。

### 1. 資訊架構與使用者預期不符

#### (1) 導覽列資訊層級未梳理，使用者不易理解網站主要功能

不同功能、層級的選項被排在同一層(如圖 2)，展開主選單時看到的項目亦不符合使用者預期。使用者不清楚便民一路通(現為市政服務)與網站的關聯性。



圖2：導覽列示意圖

## (2) 資訊架構缺乏整合且網站定位模糊

網站的資訊架構是由提供給市民的服務功能搭建而成，但使用者進入網站瀏覽時，無法快速的掌握數位市民網站服務內容的全貌，進而無法透過淺顯易懂的方式認知跟網站的互動型態，學習成本因而增加，會大幅度降低使用參與意願。

「會員專區」、「個人訊息」及「高雄幣」等3項功能，是在該網站裡與使用者「個人」有關的項目，但資訊架構未被整合在一起。當使用者註冊完時，預期自己會拿到高雄幣作獎勵，或是想確認自己的高雄幣狀態時，預期性的前往會員專區，卻無法獲得相關資訊。而原本預期點擊「高雄幣」後，會有完整的相關服務介紹，點擊後卻顯示會員自身的高雄幣累兌記錄等，並未顯示使用介紹或教學(如圖3)。



圖3：高雄幣相關服務示意圖

## 2. 資訊提供不完整且網站定位不清晰

### (1) 未能理解成為「000000」的益處

使用者在進入網站時，對網站所提供的服務與內容有預期心理，而這預期心理對應的，是該網站功能的所能帶來的益處，與在使用者心中網站的定位，但使用者無法透過目前的首頁資訊，瞭解到註冊000000可以有何作用，以及高雄幣如何獲得與使用，能得到什麼樣的利益與價值(如圖4)。



圖4：首頁「加入 OOOOOO」行動區塊

## (2)「高雄幣」的獲得和使用方式不清晰

網站整體可以很容易接觸到「高雄幣」，但是缺乏對該服務的完整說明(如圖 5、圖 6、圖 7)，使用者難以透過破碎且少量的資訊，來理解高雄幣的獲得與使用方式，因而無法理解高雄幣的實際功能與使用價值。這導致使用者在評估後，發現需要投入過量的時間資源來自行探索，進而可能放棄註冊與使用。



圖5：導覽列「高雄幣」項目內容



圖6：首頁中段關於高雄幣的行動區塊



## 關於高雄幣

對高雄數位市民或數位市民會員還很陌生？讓數位市民將您的生活大小事，一次包起來！

首頁 / 服務簡介



### 關於高雄幣



#### 關於高雄幣

「高雄幣」，希望透過「點數經濟」提升市政服務，鼓勵民眾參與、活絡高團經濟。未來將透過各場館、活動的帶動，讓民眾從線上到線下，可以透過參與實體或虛擬的多元活動獲得高雄市政府發行的「高雄幣」，並可利用高雄幣，直接兌換各項禮贈品。



圖7：「關於高雄幣」頁面示意圖

### (3)「實名綁定」、「約定車號綁定」及「高銀帳號綁定」的意義不明確

使用者完成註冊後，在探索網站的過程中，會有被提醒詢問是否「實名綁定」、「約定車號綁定」或「高銀帳號綁定」的情境，對於綁定後的意義，僅有「可享有本平臺更多個人化服務」的訊息，因缺乏具體的資訊，使用者難以判斷進行「綁定」的必要性。

### (4)活動與資訊不完整

「HOT 功能」、「商家優惠」及「高雄幣」的活動與資訊，揭露不完整(如圖 8)，導致使用者在探索網站時易感到困惑，不知道要如何使用網站。使用者目前是以隨機瀏覽的方式來觀看和使用網站，但是無法明確理解網站要傳遞的資訊及提供的服務。



圖8：會員專區下拉式選單

### 3.會員操作流程與一般使用者經驗不符

#### (1)密碼設定規範過於複雜

密碼設置規定要求 12 碼以上，且包含大小寫字符。對於一般使用者來說較為複雜，且不易記憶(如圖 9)。易導致使用者在後續遺忘密碼時，需要重新找回密碼，增加使用者的困擾。

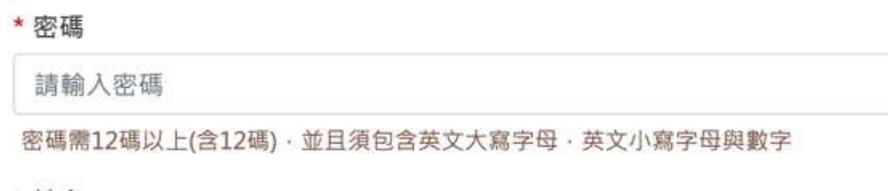


圖9：OOOOOO「密碼登入」

#### (2)註冊完成後系統未自動登入

在註冊流程中，第二步驟名稱為「完成註冊並啟用帳號」，該敘述讓使用者覺得困惑，不清楚註冊成功為何還需要做啟用帳號的動作，亦不理解此步驟的含義。而在註冊成功回到首頁後，無法立即看到與登入相關的引導(如圖 10)。



圖10：OOOOOO「會員註冊成功」頁面

#### 4. 介面無法有效引導使用者完成目的

##### (1) 過多彈跳視窗設計

使用者在瀏覽網站的過程中，時常跳出彈跳視窗，易造成當下所執行的任務被中斷(如圖 11、圖 12、圖 13)，甚至跳轉到其他的網站上。



圖 11：OOOOOO「實名驗證說明」



圖 12：OOOOOO「確認是否兌換高雄幣」



圖 13：OOOOOO「登入後使用提醒」

## (2) 隱私權保護政策無法有效讓使用者確認過個資的使用範圍

在「會員註冊授權條款」中，當要勾選「本人確認並同意」的欄位時，其內文中有提供「OOOOO 隱私權保護政策」，若需閱讀以上政策需點擊超連結，並跳轉至另一個分頁方能查看(如圖 14)。此步驟非強制性，雖然可以加快整個註冊流程，但對於沒有強制讓使用者都確認過個資的使用範圍而完成註冊，可能會引起疑慮。



圖14 : OOOOO 「隱私保護政策」

## 八、建議方案

OOOOOO 「註冊會員」，根據測試結果分析的 4 項關鍵議題「資訊架構與使用者預期不符」、「資訊提供不完整且網站定位不清晰」、「會員操作流程與一般使用者經驗不符」及「介面無法有效引導使用者完成目的」，整理出 8 項建議方案，詳細說明如下：

### (一) 釐清網站主要服務與功能

讓使用者進入網站時，能快速掌握「網站的服務範圍與功能」。以「台灣高鐵會員 TGO 首頁」為例(如圖 15)，使用者進入網頁時，立即看到「累積多點美好，All in TGO」與「加入高鐵 TGO，用點數把美好收進口袋」的標語，斗大的標語明確告知使用者該方案的內容，再搭配點數 365、生日禮及指定車次 88 折等優惠，給予使用者明確的參與動機。台北市政府服務台北通的首頁(如 0)，明確顯示卡證、服務及帳單等

功能，讓使用者能快速掌握台北通服務的輪廓。



圖15：台灣高鐵會員 TGO「首頁」

資料來源：<https://tgo.thsrc.com.tw/index.html>



圖16：台北通「首頁」

資料來源：<https://id.taipei/tpcd/>

## (二)相關服務或資訊應合併或置於同處

建議將相關的服務或資訊進行合併，並置於網站上的同一處位置，幫助使用者更快地找到所需的資訊，減少在網站上尋找相關內容的時間。以「國泰世華銀行」網站為例(如圖 17)，產品介紹使用下拉式選單，將相同的產品業務內容集中放置於此處。

透過將相似或相關性高的服務與資訊集中呈現，提供更為直觀且連貫的使用者導覽路徑，不僅有助於減少使用者的學習成本，也能增強對網站的信任感和滿意度。這種方法也能有效地提高資訊的易用性，使市民在使用數位服務時體驗到更多的便利與效率。



圖 17：國代世華銀行個人金融「產品介紹下拉選單」

資料來源：<https://www.cathaybk.com.tw/cathaybk/>

### (三)提供清楚易懂的服務說明

建議服務說明以簡潔明瞭的語言撰寫，並針對各項功能或服務進行詳細介紹，且避免使用專業術語，同時輔以直觀的指示與圖示，以增強說明的可理解性。以台灣高鐵會員 TGO 點數說明頁面為例(如圖 18)，將累積點數與兌換點數進行分類，並用列點的呈現方式，讓使用者易讀。



圖18：台灣高鐵會員 TGO「首頁」

資料來源：<https://tgo.thsrc.com.tw/index.html>

### (四)給予使用者足夠的相關引導

為了讓使用者有效達成目的，網站應提供清晰且明確的引導。例如為高雄幣兌換，設計專門的活動頁面，並詳細說明兌換流程、所需條件及兌換時間，以確保資訊的完整與準確。若使用者暫時無法進行兌換，則應提供補充資訊，例如兌換無法進行的原因和預計恢復的時間。

網站亦應引導使用者至其他可用功能或資訊頁面，推薦網站上的其他服務或活動，以滿足使用者需求並增加網站的互動性。透過這樣的引導設計，不僅能幫助使用者輕鬆完成目標，即使遇到困難也能獲得其他資源和資訊的支持，從而提升整體的使用者體驗和滿意度。

#### (五)簡化使用者設定密碼的條件

為了提高使用者設定密碼的便利性，建議簡化密碼設定的條件。例如：將密碼最少字元數限制設定為 8 到 12 個字元(如圖 19)，並減少對特殊字元、數字、大小寫字母的組合要求，以便使用者更容易記住。

另可提供密碼強度指示，幫助使用者了解所設定的密碼強度，從而鼓勵創建較安全性較強的密碼。上述調整能讓使用者在設定密碼時更加輕鬆，同時仍然能夠保持一定的帳戶安全性，從而提升整體使用體驗，減少設定過程中的困擾和挫折感。



圖19：國代世華銀行個人金融「設定密碼」

資料來源：<https://reurl.cc/prYW18>

#### (六)減少使用者重複登入的步驟

建議採用「使用者完成註冊後，系統自動登入」的方式，讓使用者在註冊過程完成後立即進入帳戶，無需再次進行登入操作，以提升使用的便利性，也增強了整體體驗。透過減少這類重複且可能造成困擾的步

驟，使用者更願意探索網站的其他功能和服務，進而提高使用意願。

#### (七)整合相關功能流程，提升會員功能的效率

使用者在完成註冊會員後，在探索網站的過程中，透過彈跳視窗被詢問是否接受其他的綁定功能。建議整合相關的功能流程，協助使用者在單一流程中完成所有必要的設置，減少在網站上尋找相關設定選項的時間。

#### (八)協助使用者在決策前瞭解必要的資訊

為了保障使用者的個人權益，並協助他們在做出決策前，了解必要的資訊，建議讓使用者在進行註冊前，先完整閱讀並了解隱私權政策。這樣的作法不僅確保了使用者的知情權，也有助於建立使用者對平台的信任，並避免未來可能發生的法律爭議。在註冊流程中，建議要求使用者在提交註冊資料前閱讀並同意隱私政策(如圖 20)。



The screenshot shows a registration flow with four steps: 1. 閱讀條款 (Read Terms), 2. 基本資料 (Basic Information), 3. 身份驗證 (Identity Verification), and 4. 設定密碼 (Set Password). Step 1 is currently active. Below the progress bar, there is a section titled '閱讀條款' (Read Terms) containing four checkboxes, each with a green checkmark to its right, indicating they have been read or accepted:

- 個人資料保護法應告知事項
- 本網站服務使用的定書
- 同意網路投保聲明書(數位帳號註冊)
- 網路保險服務契約書

At the bottom of the form, there is a grey button labeled '下一步' (Next Step).

圖20：國代世華銀行個人金融「閱讀條款」

資料來源：<https://reurl.cc/prYW18>

以上 8 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 4 面向評估，列出網站服務優化順序如下表 5，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5：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
資訊架構與使用者預期不符	釐清網站主要服務與功能	5	易學、易記、效率、滿意度
	相關服務或資訊應合併或置於同處	6	易學、效率、滿意度
資訊提供不完整且網站定位不清晰	提供清楚易懂的服務說明	1	效率、避免錯誤
	給予使用者足夠的相關引導	3	效率、滿意度
會員操作流程與一般使用者經驗不符	簡化使用者設定密碼的條件	7	效率、滿意度
	減少使用者重複登入的步驟	4	效率、滿意度
介面無法有效引導使用者完成目的	整合相關功能流程，提升會員功能的效率	2	易學、避免錯誤
	協助使用者在決策前瞭解必要的資訊	8	效率、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，分析使用者測試結果，彙整使用過程之關鍵議題，提出協助服務提供者與服務使用者省工、省時之建議，依據改善優先順序列點如下：

- A.提供清楚易懂的服務說明
- B.整合相關功能流程，提升會員功能的效率
- C.給予使用者足夠的相關引導
- D.減少使用者重複登入的步驟
- E.釐清網站主要服務與功能
- F.相關服務或資訊應合併或置於同處
- G.簡化使用者設定密碼的條件
- H.協助使用者在決策前瞭解必要的資訊

以上建議方案提供 OOOOOO「註冊會員」服務未來精進方向與設計參考，建議後續會同利害關係人(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如下。

1(白底色)表示：順利完成；

2(黃底色)表示：有一些問題但可自行解決；

3(紅底色)表示：無法完成，如無法進入下一頁或是選錯。

測試者 1：

頁面名稱	搜尋頁面	000000 首頁	兌換商品瀏覽頁面	註冊頁面	登入頁面
畫面					
碰到的問題或狀況	狀況：1 搜尋「000000」，順利直接進入該頁面。	狀況：1 首頁內容簡單，一往下滑就看到目標的高雄幣及高雄幣可以兌換的商品清單	狀況：2 本想先瀏覽一下有什麼可兌換商品，但是突然跳出需要登入的資訊，沒想到只是商品頁面也要先註冊。	狀況：1 可以用 line 或 google 註冊，直接點選 google 註冊感覺比較方便	狀況：2 註冊完之後沒有自己登入，要手動再登入一次
碰到			狀況：1	狀況：1	狀況：2

的問題或狀況			順著彈跳視窗直接進入註冊頁面	登入完就註冊成功還自動帶入資訊了！很快很方便！不用先輸入一點資料	登入完後突然跳出實名頁面，但不知道有沒有差？沒實名應該也可以先用？就先試試看
--------	--	--	----------------	----------------------------------	--

頁面名稱	兌換商品頁面	我想獲得高雄幣頁面	商家優惠	個人檔案頁面	會員專區
畫面					
碰到的問題或狀況	狀況：1 沒實名也順利進入商品頁面了。	狀況：2 想看一下如何獲得高雄幣，但一片空白，有撇到左上角是在測試中，可能是因為這樣所以東西暫時沒有？找了一陣子都沒有所以放棄	狀況：1 想看一下這個市民卡有什麼好處，滑到有商家優惠可以打折，好像還不錯	狀況：1 想了一下不確定是不是因為我沒有實名或是資料不完全，所以去個人資料裡面完善了個人資料和實名	狀況：1 發現會員專區底下有約定車號綁定，不知道是什麼也沒有解釋？點進去發現要實名，就實名試試看

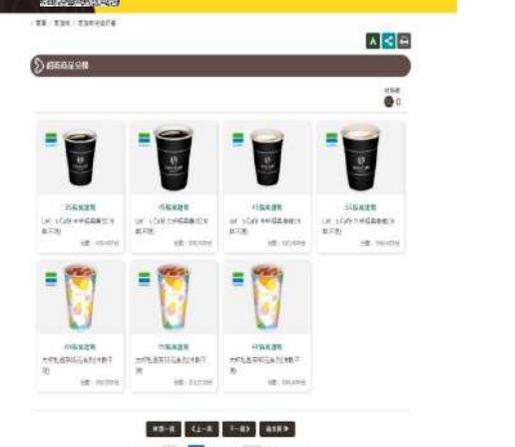
頁面名稱	兌換商品頁面	我想獲得高雄幣頁面	商家優惠	個人檔案頁面	會員專區
碰到的問題或狀況				狀況：2 真實姓名直接帶入了我的 google 名字，有點奇怪，在我印象裡會直接帶入帳號暱稱的應該也是暱稱欄位，直接把 google 暱稱帶入真實姓名，沒注意到的人可能會直接漏掉要修改成真實姓名的部分。	
碰到的問題或狀況				狀況：2 不確定戶籍地址和通訊地址都不在高雄的話不可以註冊，上面沒特別註明，試了一下沒有跳錯誤，應該是可以	

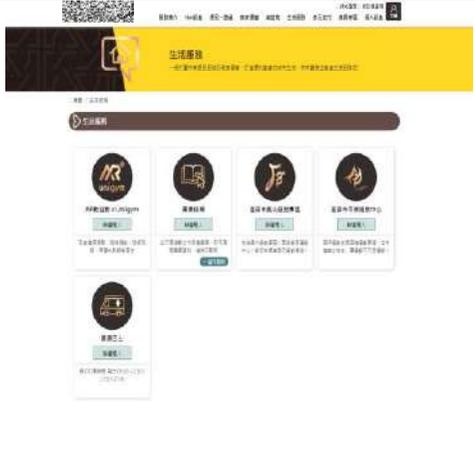
頁面名稱	實名認證	實名認證可用功能區	實名認證可用功能區		
畫面					
碰到的問題或狀況	<p>狀況：1 有三種實名認證方式，後兩種都要用讀卡機好麻煩，決定試試看第一種電信驗證</p>	<p>狀況：2 網頁明明顯示我實名成功，剛剛的網頁還是登不進去，重新整理也沒用，只好重新登入。</p>	<p>狀況：2 進入需要實名才可以進入的功能：約定車號綁定和高銀帳號綁定，但都不知道可以幹嗎，有什麼好處，也都沒寫，就放棄了。</p>		
碰到的問題或狀況	<p>狀況：1 用手機電信驗證超快，直接關掉 wifi 點網址就驗證好了！！超讚！！ 如果都可以用這個方法，以後都不用讀卡機驗證身份了</p>	<p>狀況：1 重新登入就可以了</p>			

測試者 2：

頁面名稱	首頁	註冊	實名制驗證
畫面			
碰到的狀況或問題	<p>狀況：1 尋找註冊頁面</p>	<p>狀況：1 註冊帳號綁定. 選擇使用 GOOGLE 帳戶註冊</p>	<p>狀況：1 實名制驗證使用手機認證. 須為本人辦理門號使用的手機號碼</p>
碰到的狀況或問題	<p>狀況：1 說明如何蒐集高雄幣與可兌換的商品品項</p>	<p>狀況：2 手機操作比較適合 Line 註冊因為需登入 Line 帳號</p>	<p>狀況：2 採用其他綁定須有額外讀卡機設備. 也需先去申請自然人憑證才能使用.</p>
碰到的狀況或問題	<p>狀況：1 數位市民的介绍說明</p>	<p>狀況：1 GOOGLE 帳戶與自訂帳號註冊適合用電腦操作</p>	

頁面名稱	註冊懶人包	HOT 訊息	便民一路通
畫面			
碰到的狀況或問題	<p>狀況：1 提供註冊操作流程. 其中加入 00000Line 好友最方便除了可接收官方最新訊息也從直接連結註冊</p>	<p>狀況：3 輸入指定日期或是不指定日期皆無顯示訊息. 輸入指定區域或是不指定區域皆無顯示訊息</p>	<p>狀況：1 提供高雄民眾申訴管道</p>
碰到的狀況或問題	<p>狀況：2 未提供其他另兩種註冊說明. 官方或許希望民眾可以綁定 Line</p>	<p>狀況：2 此活動已上線一段時間訊息頁面為何無內容須跟官方網頁反映一下</p>	<p>狀況：2 此網頁主要給高雄市民用路人反映訊息專用. 比較與高雄幣內容無關</p>

頁面名稱	商家優惠	獲得高雄幣	高雄幣兌換
畫面			
碰到的狀況或問題	<p>狀況：2</p> <p>目前商家優惠訊息少,期望未來可以有更多商家優惠來提高使用意願</p>	<p>狀況：2</p> <p>想要獲得高雄幣並無資訊提供獲得</p>	<p>狀況：2</p> <p>可兌換的項目少期望未來可以有更多商品兌換來提高使用意願</p>
碰到的狀況或問題	<p>狀況：3</p> <p>使用進階查詢也未能查詢到想要商家資訊不知是無配合商家?</p>	<p>狀況：3</p> <p>輸入指定日期或是不指定日期皆無顯示訊息。</p>	

頁面名稱	生活服務	多元支付	會員專區
畫面			
碰到的狀況或問題	<p>狀況：2</p> <p>生活服務項目有點少希望未來可以涵蓋到食與住方面等</p>	<p>狀況：2</p> <p>卡好付需綁定車號或銀行帳戶方可使用. 不是常在高雄生活圈所以使用上較無意願綁定</p>	<p>狀況：3</p> <p>我的會員碼無法查訊會自動登出會員</p>
碰到的狀況或問題		<p>狀況：1</p> <p>一卡通 MONEY 原本已有綁定而且使用上配合的支付商家也比較多</p>	<p>狀況：1</p> <p>基本資料有異動可隨時變更</p>

頁面名稱	常見問答	智能客服	個人訊息
畫面			
碰到的狀況或問題	<p>狀況：1</p> <p>提供民眾目前網站操作問題回應. 如果問題還無法得到解答還是需要直接寫信請專人回應或是撥電話詢問</p>	<p>狀況：2</p> <p>線上即時回應. 有些問題還是無法使用智能客服得到解答還是需要直接寫信請專人回應或是撥電話詢問</p>	<p>狀況：3</p> <p>點進我的訊息網頁無回應. 左下角出現 java 錯誤訊息</p>
碰到的狀況或問題	<p>狀況：2</p> <p>有些問題回應太官方. 想了解問題還是需要直接寫信請專人回應或是撥電話詢問</p>	<p>狀況：3</p> <p>公車路線查詢方式可至連結站牌乘車規劃網頁查詢裡面超連結頁面顯示錯誤無法連結</p>	

測試者 3：

<p>頁面名稱</p>	<p>首頁</p>	<p>會員註冊</p>
<p>畫面</p>		
<p>碰到的狀況或問題</p>	<p>狀況：1 先進到首頁，就看到很大的 banner 要人註冊，就點擊圖片進入註冊</p>	<p>狀況：1 進到註冊選項的頁面，因為不想連動帳號所以選擇了自訂帳號註冊</p>

<p>頁面名稱</p>	<p>會員註冊</p>	<p>註冊成功訊息</p>
<p>畫面</p>		
<p>碰到的狀況或問題</p>	<p>狀況：1 依照各項指示輸入會員註冊所需資料，生日年份的地方也卡了一下，一開始有手動輸入19開頭，有成功跳到19xx年的位置，但後來再繼續打第三個數字就跳掉了，要自己移動慢慢找，在密碼那邊卡了一下，因為需要大小寫英文，有點煩惱</p>	<p>狀況：1 到信箱收信，點開驗證連結，顯示註冊成功</p>
<p>碰到的狀況或問題</p>	<p>狀況：2 結果第一次密碼沒有通過，要至少12碼才行，又想了一下才通過，最後送出註冊</p>	

測試者 4：

頁面名稱	首頁	會員註冊	Google 會員註冊	完成註冊	會員登入
畫面					
碰到的狀況或問題	<p>狀況：1 一進到首頁，就馬上大且明顯的「立即註冊」的图片</p>	<p>狀況：1 點擊「立即註冊」後，一進到頁面就有 3 種註冊方式可以選</p>	<p>狀況：1 勾選會員註冊授權條款，並填寫驗證碼</p>	<p>狀況：1 填寫完驗證碼，點擊「加入會員，就馬上完成會員註冊了，快速又方便，連結帳號的過程順利，也不用填什麼資料</p>	<p>狀況：1 完成註冊後，點擊連結會引導到首頁，在右上角可以找到「登入」的文字</p>
碰到的狀況或問題			<p>狀況：2 個資使用同意書需點擊超連結，才會在另外的視窗看到，非強制性，這點雖然可以加快整個註冊流程，但對於沒有讓使用者都確認過個資的使用範圍才完成註</p>		

			冊，有點疑慮		
--	--	--	--------	--	--

頁面名稱	實名驗證綁定說明	實名驗證綁定	基本資料維護	完成實名驗證綁定	
畫面					
碰到的狀況或問題	<p>狀況：1</p> <p>完成登入後，會跳出對話框，告訴我完成實名驗證綁定可以獲得更多個人化的服務</p>	<p>狀況：1</p> <p>點擊前往「實名驗證綁定」，就可以看到3種實名驗證綁定方式</p>	<p>狀況：1</p> <p>完成電信驗證後，即跳轉基本資料維護的頁面</p>	<p>狀況：1</p> <p>填寫完基本資料後，就完成實名驗證綁定了，過程一樣相當直覺，網頁的文字說明也很清楚</p>	

測試者 5：

頁面名稱	google 搜尋引擎	會員註冊	自訂帳號註冊	Google 註冊	Google 授權頁
畫面					
碰到的狀況或問題	<p>狀況：2 原本想點首頁進去，但載入偏慢，所以回到搜尋引擎頁，直接點「會員註冊」</p>	<p>狀況：1 個人偏好不要串聯太多個資或收到一堆自動訂閱的廣告，所以選擇「自訂帳號註冊」</p>	<p>狀況：2 拉到網頁下半部才發現必填的資料又多又細，所以放棄此方法，跳回「會員註冊」</p>	<p>狀況：2 因為怕被推播一堆廣告，不想用 Line 註冊，所以選「Google 註冊」，再從中選常用的信箱(其實也不想用 Google 信箱，怕廣告跟私人信件互相干擾)</p>	<p>狀況：1 同意 Google 授權給網站</p>

頁面名稱	會員註冊	會員登入	google 選擇帳戶	首頁	會員專區
畫面					
碰到的狀況或問題	狀況：1 跳轉回網站，同意網站使用我的個資，按下「加入會員」後有顯示成功註冊	狀況：1 成功進入登入頁，點「Google 登入」	狀況：2 進到跟註冊時類似的畫面，以為沒註冊成功，幸好有跳回網站首頁	狀況：1 跳出要實名驗證綁定的視窗，點選「前往實名驗證綁定」	狀況：2 不太確定實名綁定的必要性是什麼，但還是綁看看(覺得自己是高雄人，以後有機會用這個網站)，點選「電信驗證」，因為之前在別政府網站用過
碰到的狀況或問題	狀況：2 這邊有納悶為什麼不用填詳細資料，推測資料是為了確認你是市民，才能享有優惠。但決定先不管這個問題				
碰到的狀況或	狀況：2 從註冊成功的畫面想點選「回到首頁，點選你註冊				

<b>問題</b>	的 Google 登入」，但網頁跑不快，所以又直接按右上角「登入」的圖像，但也是網頁跑不動，有跳出去重看一下題目				
-----------	--	--	--	--	--

頁面名稱	會員專區	「000000」外部帳號驗證	單一帳號認證平臺	會員專區	會員專區
畫面					
碰到的狀況或問題	<p>狀況：2</p> <p>不太確定實名綁定的必要性是什麼，但還是綁看看(覺得自己是高雄人，以後有機會用這個網站)，點選「電信驗證」，因為之前在別政府網站用過</p>	<p>狀況：1</p> <p>實名驗證綁定中</p>	<p>狀況：1</p> <p>實名驗證綁定中</p>	<p>狀況：2</p> <p>驗證綁定完跳回來會員專區，發現還是要填細部資料，疑惑當初若選「自訂帳號」，不知道會不會比較快(已經有點沒耐心)</p>	<p>狀況：2</p> <p>跳出「完成綁定」的視窗，但又同時問你要不要綁定車號。因為已沒車，所以不接續處理車號綁定</p>

頁面名稱	HOT 訊息	首頁	高雄幣	商家優惠	高雄幣
畫面					
碰到的狀況或問題	<p>狀況：2</p> <p>想順便看看有什麼可以累積高雄幣的活動，先點了「HOT 訊息」，但不知道為何什麼都沒有，就改去看首頁</p>	<p>狀況：1</p> <p>在首頁看到這區說明欄，感覺點「獲得更多高雄幣」會知道怎麼做</p>	<p>狀況：2</p> <p>進來發現還是要找活動。試了設定搜尋條件後沒有結果，覺得網站應該還沒建置好，就去點「商家優惠」（寫測試報告截圖時，才發現這頁要註冊並登入才能進來）</p>	<p>狀況：1</p> <p>順便看一下「商家優惠」</p>	<p>狀況：1</p> <p>順便看一下「高雄幣兌換好禮」可以換什麼。這裡開始自己把這個活動理解成環保集點</p>
碰到的狀況或問題					<p>狀況：2</p> <p>有再次點「我想獲得高雄幣」，但也是不知為何還沒看到內容。接著重點「HOT 訊息」也是</p>

頁面名稱	高雄幣	多元支付			
畫面					
碰到的狀況或問題	<p>狀況：1 因為沒有活動訊息，但仍想了解這個活動到底怎麼運作，就順便看一下「服務簡介」</p>	<p>狀況：1 順便看一下「多元支付」</p>			
碰到的狀況或問題	<p>狀況：1 發現這裡有「註冊懶人包」跟「常見問題」，但已經註冊完，又還沒有使用高雄幣的經驗，就沒有細看</p>				

設計專家：

<p>頁面名稱</p>	<p>首頁</p>	<p>會員註冊(Google 註冊)</p>	<p>會員註冊(1.勾選會員註冊授權條款)</p>	<p>會員註冊(2.完成註冊並啟用帳號)</p>	<p>首頁(會員專區→實名驗證綁定)</p>
<p>畫面</p>					
<p>碰到的狀況或問題</p>	<p>狀況：2 一開始在找哪裡可以註冊，在上方導覽列找了很久，最後我點選了「會員專區→我的會員碼」，出現彈跳視窗，上面有三個按鈕，分別為「登入、註冊、取消」，這裡點選「註冊」。</p>	<p>狀況：1 會員註冊有三種方式可以選擇，選擇 Google 註冊。</p>	<p>狀況：1 上方有進度條，可以讓使用者清楚知道現在在做什麼流程步驟。</p>	<p>狀況：1 第二步驟上面很明確讓使用者知道註冊成功。</p>	<p>狀況：1 想要進行實名綁定，到上方導覽列找到「會員專區→實名驗證綁定」。</p>

<p>碰到的狀況或問題</p>	<p>狀況：2 不能理解變成 000000 可以 做什麼，以及高雄幣如何 獲得跟怎麼使用，對自己 有什麼益處。</p>		<p>狀況：2 第一步驟為「勾選會員註冊 授權條款」，確認並同意的 「00000 隱私權保護政策」， 需要點選另一個連結，開出 另一個分頁，認為使用者應 該不會去做點擊且查看的動 作。雖然簡化在網頁上的篇 幅，但讓使用者失去詳盡閱 覽的義務蠻高的。</p>	<p>狀況：2 第二步驟為「完成註冊並 啟用帳號」，讓人覺得困惑， 為什麼註冊成功，還要啟用 帳號。</p>	
-----------------	---	--	--	--	--

<p>頁面名稱</p>	<p>會員登入</p>	<p>實名驗證綁定(尚未綁定)</p>	<p>會員專區(基本資料維護)</p>	<p>實名驗證綁定(完成綁定)</p>
<p>畫面</p>				
<p>碰到的狀況或問題</p>	<p>狀況：2 當下覺得困惑，不是已經註冊成功了嗎？怎麼還要登入一次。</p>	<p>狀況：1 實名驗證綁定的方式，總共分別為四種，「電信驗證、行動自然人憑證、自然人憑證、健保卡」，除了電信驗證，其他都需要使用讀卡機。</p>	<p>狀況：2 會員專區的基本資料維護，驗證碼語音播放器，長度比例佔比為二分之一，讓使用者困惑這個是要做什麼，這是相當重要的按鈕嗎？仔細觀察會發現比例過大，讓整體表格資料的重要優先級表現失衡，重要的是希望使用者最後去點選「儲存資料」的按鈕。</p>	<p>狀況：2 當完成電信驗證，馬上跳出「完成綁定」，您已完成實名驗證綁定，是否前往繼續完成「約定車號綁定」，這會讓使用感到強迫引導。UI 彈跳視窗的使用方式錯誤，僅需告訴使用者一件事情即可，向使用者說明「您已完成註冊」，讓使用者認知並專注自己已經註冊成功，而不是快速地請使用者去做下一件事情。行銷的方式，如推廣使用者去進行「約定車號綁定」，不建議在</p>

				這邊的彈跳視窗呈現，會導致使用者困惑或反感，因為使用者不一定擁有汽機車。
碰到的狀況或問題		狀況：2 帳號會被自動登出，然後還要再登入進來，一直重複這樣的操作，讓使用者感到煩躁。	狀況：2 在填寫通訊地址跟戶籍地址時，感到很困惑，自己不是高雄市民是否也可以申辦。	