數位發展部

114 年度政府網站易用性測試建議報告

OOOOO 資訊中心-OOOOOOO 整合服務平台載具歸戶設定

執行單位：中華民國資訊軟體服務商業同業公會

中華民國 115 年 9 月

修訂歷史

版本	制/修訂人員	變更內容摘要	提供日期
1.0	TISSA	初版制訂	115.8
2.0	TISSA	依審查意見修訂	115.9

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..... 19
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.....10
表 4：網站使用者體驗量表.....11
表 5：網站服務優化順序.....27

圖目錄

圖 1：「OOOOOOO 整合服務平台載具歸戶設定」服務流程關鍵步驟.....4
圖 2：平台頂部導覽列選項.....13
圖 3：平台登入頁面.....14
圖 4：新手上路頁面，需先設定領獎才能歸戶.....15
圖 5：「會員載具歸戶」與「其他載具歸戶」功能入口.....15
圖 6：商家搜尋頁預設顯示商家清單.....16
圖 7：歸戶操作入口以「+」圖示呈現.....17
圖 8：流程橫跨平台與商家頁面（以 MOMO 購物網為例）.....17
圖 9：「無可歸戶發票」的錯誤訊息.....18
圖 10：「其他載具歸戶」成功的彈出式訊息.....19
圖 11：優化導覽列結構並強化「歸戶設定」功能識別示意圖.....20
圖 12：調整登入頁面的視覺主從關係示意圖.....21
圖 13：告知使用者原因與後續步驟示意圖.....22
圖 14：按鈕上方加上情境說明示意圖.....22
圖 15：含 icon 與文字的操作按鈕示意圖.....23
圖 16：優先呈現搜尋框示意圖.....24
圖 17：加入步驟進度指示示意圖.....24
圖 18：現有固定式成功頁面.....25

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[1]，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，114 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，期透過網路公開招募民眾參與易用性測試，協助機關取得實際使用者之操作回饋，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。

[1] 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：OOO 財政資訊中心。

2.申請時間：115 年 4 月 10 日。

3.網站名稱：OOOOOOO 整合服務平台。

(二)測試標的

1.服務名稱：消費者載具歸戶設定。

2.服務目的：載具全數歸戶至手機條碼，得透過手機條碼統一管理全部發票，且後續中獎通知由 OOOO 整合服務平台通知，可降低民眾受詐騙機會。

3.該服務之目標族群：索取雲端發票消費者，且有手機條碼之消費者。

4.測試目的：想瞭解目前本服務民眾操作是否順利。

5.預計完成操作時間：3 分鐘。

6.預期服務產出：民眾完成歸戶設定，進入歸戶成功頁面，且會收到 OOOOOOO 整合服務平台寄出之歸戶設定通知信件。

(三)測試情境與任務

1.情境：近期你發現有詐騙集團假冒電商平台發送中獎通知。為避免受騙，你希望將不管是在電商平台還是信用卡消費所開立的發票整合，方便統一查詢及管理，並由「OOOO 整合服務平台」統一發送中獎通知。

2.任務：操作前，請先在心中挑選出一個想要整合發票的消費管道，接著至「OOOOOOO 整合服務平台」，透過消費者身分登入，將該消費管道的發票歸戶至手機條碼。

五、測試服務流程

目前服務流程需操作 10 個關鍵步驟，如下圖 1。

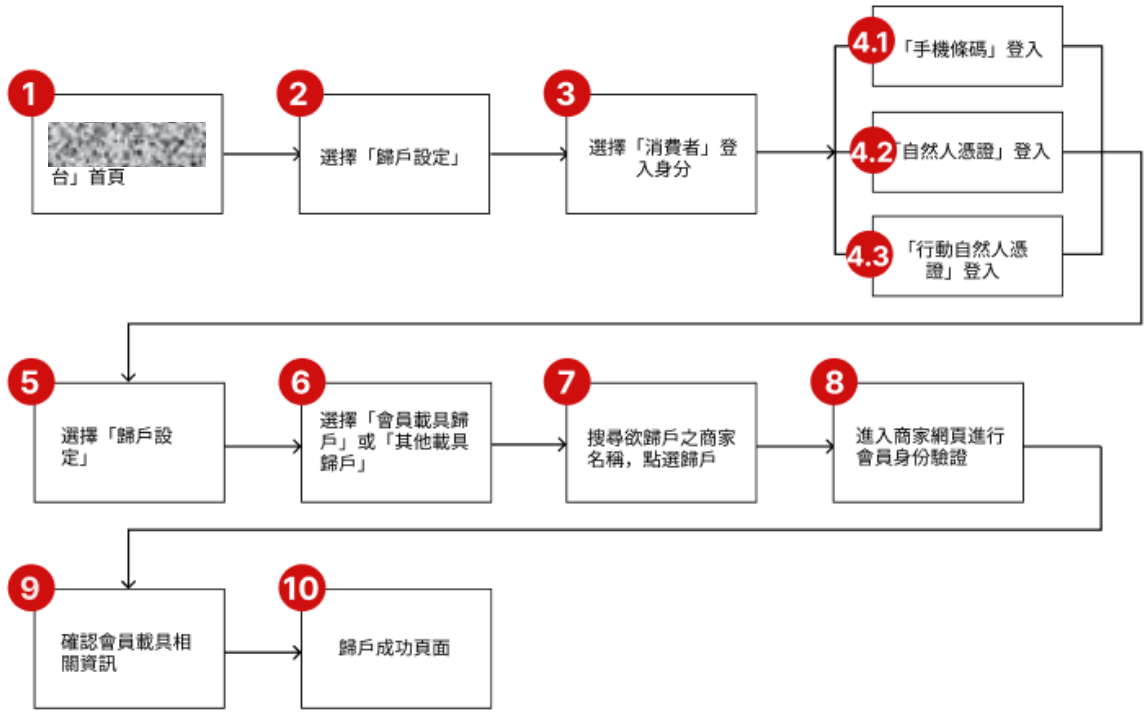


圖1：「OOOOOOO 整合服務平台載具歸戶設定」服務流程關鍵步驟

六、測試成員背景

測試成員需求條件為平日已使用手機條碼儲存 OOOO，但消費平台有會員帳號時，發票都仍儲存在會員裡，並未設定載具歸戶之成年民眾。本案由 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	使用手機條碼儲存 OOOO	職業	使用電腦時間長度
測試者 1	女性	47 歲	未曾設定載具歸戶	業務銷售人員	6 小時以上/天
測試者 2	女性	19 歲	未曾設定載具歸戶	其他類人員	10 小時以上/天
測試者 3	男性	39 歲	未曾設定載具歸戶	軟體/工程人員	6 小時以上/天
測試者 4	女性	37 歲	未曾設定載具歸戶	文字編譯人員	10 小時以上/天
測試者 5	女性	31 歲	未曾設定載具歸戶	其他類人員	3 小時以內/天
設計專家	女性	24 歲	曾設定載具歸戶	設計師	10 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，彙整如下表 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「OOOOOOO 整合服務平台」首頁。	無。	在瀏覽器上可以輕易被搜尋到，網站列於搜尋結果的第一個。	無。
2	選擇「歸戶設定」。	測試員 2：從上方 Navbar 開始尋找服務功能，雖然選單有歸戶設定但沒有發現，最後在右側的「歸戶設定」icon 式按鈕找到此功能。 測試員 4：看到「歸戶設定」icon 式按鈕（icon button）有點納悶，覺得應該到這頁面做設定？不太確定。	「歸戶設定」icon 式按鈕位於頁面偏上的位置且大小足夠，能輕易被看見。	■ Navbar 的選項過多，造成使用者尋找功能不易或看到太多選項容易略過不想看。 ■ 「歸戶設定」功能名稱非大眾熟悉術語，容易讓人產生疑惑。
3	選擇「消費者」登入身	無。	預設為「消費者」身分登入，所有受測者也皆為此身	無。

關鍵步驟		遇到的困難	順利的原因	須注意的狀況
	分。		分，不需做切換。	
4.1	「手機條碼」登入。	測試員 1、被左側大按鈕「申請手機條碼」吸引注意且感到困惑，不知道什麼是申請手機條碼。 測試員 2、看到「申請手機條碼」按鈕搶眼，就誤以為這是註冊（申請）畫面，結果是登入畫面。	登入方式直覺、欄位清楚。	在登入頁面中用大字強調「申請手機條碼」功能，容易被誤會此頁面是申請頁面，導致使用者混淆頁面功能或造成繞路操作。
4.2	「自然人憑證」登入。	無。	無受測者使用此方式登入。	無。
4.3	「行動自然人憑證」登入。	無。	無受測者使用此方式登入。	無。
5	選擇「歸戶設定」。	測試員 2：未登入前點選「歸戶設定」並註冊，註冊後自動跳轉到「新手上路」，使用者沒有馬上用左側欄選單切換到歸戶設定功能，而是按照新手上路流程，先設定領獎。	左側欄選單選項清楚。	登入前後跳轉的功能若不一致(如：登入前點歸戶設定，登入後卻跳轉到新手上路)，容易讓使用者產生認知落差導致迷路。

關鍵步驟		遇到的困難	順利的原因	須注意的狀況
6	選擇「會員載具歸戶」或「其他載具歸戶」。	測試員 4：看到藍色按鈕寫有「會員載具歸戶」跟「其他載具歸戶」，好奇兩者差別，不確定自己想歸戶的屬於哪類。	功能按鈕能被清楚看到，消費者的背景知識也足夠讓他們選擇正確的按鈕。	不清楚歸戶意義的使用者會不清楚該選何者，沒有說明兩者差異容易造成誤會。
7	搜尋欲歸戶之商家名稱，點選歸戶。	測試員 2：一開始看到頁面顯示多個商家，感到有點疑惑:「什麼意思?」，並切換到商家列表第二頁。 測試員 4：納悶按左邊＋號就能歸戶嗎？不太確定。	步驟及流程直覺。	■ 此處以搜尋功能為主，但畫面卻在使用者未搜尋前顯示多筆搜尋結果，且搜尋結果占多數畫面占比，易讓使用者找不到搜尋功能。 ■ 重要功能僅用 icon 表示，缺乏文字，無法完整傳達功能意義。
8	進入商家網頁進行會員身份驗證。	測試員 5：遇到合作平台串接 token 錯誤，顯示一串亂碼。	與合作平台串接技術穩定且順利。	即使是串接問題，也須清楚說明問題，讓使用者清楚下一步該如處理，以免使用者對功能

關鍵步驟		遇到的困難	順利的原因	須注意的狀況
				性使用上產生負面觀感。
9	確認會員載具相關資訊。	測試員 5：輸入會員資料後看到momo網頁的同意歸戶按鈕，有點疑惑是否要再按一次。 測試員 4：出現錯誤訊息寫「無可歸戶發票」，納悶是什麼意思？	步驟簡單且畫面直覺。	■ 使用者不清楚完整步驟，因此會產生困惑。 ■ 須清楚說明問題，讓使用者清楚下一步該如處理，以免使用者對功能性使用上產生負面觀感。
10	歸戶成功頁面。	測試者 3（選擇其他載具歸戶）：歸戶成功後跳出的系統訊息很長，來不及看完通知就自動消失了。	（選擇會員載具歸戶）成功畫面是固定式的訊息，可自主選擇是否離開該畫面。	■ 兩個歸戶選項的成功顯示方式應保持一致性，避免認知落差。 ■ 彈出式訊息文字過多，會讓人來不及或沒耐心看完，使用者產生錯過訊息的不安。

2.測試者操作此服務時間較機關單位預期多 5.3 分鐘，完成平均時間：7 分 8 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	5 分 36 秒	0	0
測試者 2	7 分	0	3
測試者 3	6 分	0	0
測試者 4	17 分 53 秒	26	22
測試者 5	5 分	1	1
設計專家	1 分 47 秒	0	0

3.透過網站使用者體驗量表瞭解使用者的認同程度，本服務各構面可靠性均值 4.05、回應性均值 3.65、保證性均值 3.9、體貼性均值 3.85、易用性均值 3.58、資訊品質均值 4.1，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，故以此作為及格分數。

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）	5	3	5	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	3	5	2	3
	3	此政府網站能提供正確的導引	5	5	5	2	3
	4	此政府網站會正確紀錄我申請的服務資訊	5	4	5	5	3
		各測試者均值	5	3.75	5	3.5	3
		構面均值	4.05				
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	4	2	5	5	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）	5	4	3	4	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	4	3	3	4	3
	8	此政府網站的線上或臨櫃客服人員不會忙到無法提供服務	4	3	4	4	3
		各測試者均值	4.25	3	3.75	4.25	3
		構面均值	3.65				
保證性	9	此政府網站值得信賴的	5	2	5	5	5
	10	我在此政府網站線上或臨櫃，申辦或操作時覺得安全	5	1	5	5	5
	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	3	5	4	3
	12	此政府網站的線上或臨櫃客服人員具備足夠的知識，回答民眾問題	4	3	5	1	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
		各測試者均值	4.5	2.25	5	3.75	4
		構面均值	3.9				
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）	5	4	4	4	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	5	4	5	4	3
	15	承上題，此政府網站會給予民眾各別的關懷	4	3	3	1	3
	16	此政府網站提供民眾方便使用網站的時間	5	3	4	5	5
		各測試者均值	4.75	3.5	4	3.5	3.5
		構面均值	3.85				
易用性	17	我認為我會經常使用此網站	5	1	3	5	4
	18	我覺得此網站是簡單的	5	1	4	2	4
	19	我認為此網站很容易使用	5	2	4	2	4
	20	我不需要有人幫助就能使用這個網站	5	4	4	3	4
	21	我覺得此網站的功能整合得很好	5	3	4	2	4
	22	我覺得此網站很一致	5	1	4	2	4
	23	我認為大多數的人可以很快地學會使用此網站	5	3	5	2	3
	24	我覺得此網站使用起來並不麻煩	5	1	5	2	3
	25	我有自信能使用此網站	5	4	5	2	4
	26	我不需要學習很多事情，就能使用此網站	5	4	5	3	3
		各測試者均值	5	2.4	4.3	2.5	3.7
		構面均值	3.58				
資訊品	27	此網站提供的資訊是正確的	5	3	5	4	4
	28	此網站提供的資訊是最新的	5	4	5	4	4
	29	此網站提供的資訊是相關的	5	4	5	2	4

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
質	30	此網站提供的資訊是容易瞭解的	5	3	5	2	4
		各測試者均值	5	3.5	5	3	4
		構面均值	4.1				

(二)關鍵議題

根據易用性測試的結果（請參見附件），整理出6項關鍵議題。

1.標題導覽結構不利任務導向操作，「歸戶設定」入口辨識度不足

平台頂部導覽列提供的功能項目眾多，資訊密度過高，使用者在快速掃視時難以定位核心功能。即便「歸戶設定」已存在於下拉選單中，仍有測試者因選項繁多而略過，最終從頁面右側的 icon 式按鈕才成功找到入口（測試者2）。此外，「歸戶設定」一詞並非一般民眾日常熟悉的語彙，使用者首次看到時難以直覺判斷其功能意涵，增加了辨識與點擊前的猶豫（測試者2、測試者4）。



圖2：平台頂部導覽列選項

2.登入頁面視覺層級失衡，「申請手機條碼」按鈕易造成頁面功能誤讀

登入頁面中，左側「申請手機條碼」按鈕以大尺寸、高對比的視覺樣式呈現（如圖 3），其視覺權重明顯高於右側的登入表單，導致部分測試者在進入頁面後立即被此按鈕吸引，誤以為當前頁面為申請頁而非登入頁，進而產生操作中斷（測試者 1、測試者 2）。此設計使使用者對頁面主要功能產生誤判，造成不必要的繞路操作。



圖3：平台登入頁面

3.登入前後的頁面跳轉邏輯不一致，造成使用者認知落差而迷路

使用者在未登入狀態下點選「歸戶設定」功能後，系統引導其進行登入或首次註冊；然而首次註冊完成後，頁面並未跳轉回使用者原本意圖前往的「歸戶設定」，而是自動導向「新手上路」引導流程（如圖 4）。此跳轉邏輯與使用者的操作預期不符，造成使用者在登入後找不到原本要執行的功能，進而在系統中迷失方向（測試者 2）。



圖4：新手上路頁面，需先設定領獎才能歸戶

4.歸戶設定流程中功能說明不充分，缺乏有效的操作引導

(1)「會員載具歸戶」與「其他載具歸戶」功能入口缺乏差異說明

歸戶設定頁面以兩個並列按鈕呈現兩種歸戶路徑(如圖 5)，但未提供任何說明協助使用者判斷應選擇哪一項。使用者須憑藉自身對「載具」與「會員」概念的理解進行判斷，對於不熟悉 OOOO 機制的使用者而言，易造成選擇困難或誤選（測試者 4）。



圖5：「會員載具歸戶」與「其他載具歸戶」功能入口

(2)商家搜尋頁預設顯示商家清單，使搜尋入口不明顯

搜尋商家頁面在使用者尚未輸入任何關鍵字前，即預設展示多筆商家結果，且搜尋結果占據多數畫面比例，導致搜尋框因此不夠顯眼（如圖 6）。使用者進入頁面後難以察覺應主動輸入搜尋，部分測試者對頁面功能感到困惑（測試者 2）。



圖6：商家搜尋頁預設顯示商家清單

(3)歸戶操作入口僅以「+」圖示呈現，缺乏文字說明

商家清單中，觸發歸戶動作的按鈕僅以「+」圖示呈現，未附帶文字，使用者無法從圖示直接判斷點擊後將執行何種操作，造成操作上的不確定感（測試者 4）。



圖7：歸戶操作入口以「+」圖示呈現

(4)流程橫跨平台與商家頁面，使用者不清楚整體步驟與當前進度

歸戶流程涉及跨頁面操作（平台→商家頁面→確認→完成），但各步驟間缺乏進度指示，使用者在流程進行中不清楚目前所處位置及距離完成尚有幾步，在進入商家頁面進行驗證時容易感到不確定（測試者 5）。



圖8：流程橫跨平台與商家頁面（以 MOMO 購物網為例）

5.錯誤訊息語意模糊，異常狀況缺乏有效的自助排錯路徑

(1)錯誤訊息未說明原因，使用者無從判斷問題所在

使用者點擊「新增歸戶」後出現「無可歸戶發票」的錯誤訊息（如圖 9），語意模糊，無法判斷問題來源為自身操作失誤、資料條件不符或系統端問題，反覆嘗試後仍無法理解原因（測試者 4）。商家端串接發生技術異常時，頁面顯示一串亂碼，對使用者毫無意義，且缺乏任何後續行動指引，使用者不知下一步該如何處理（測試者 5）。

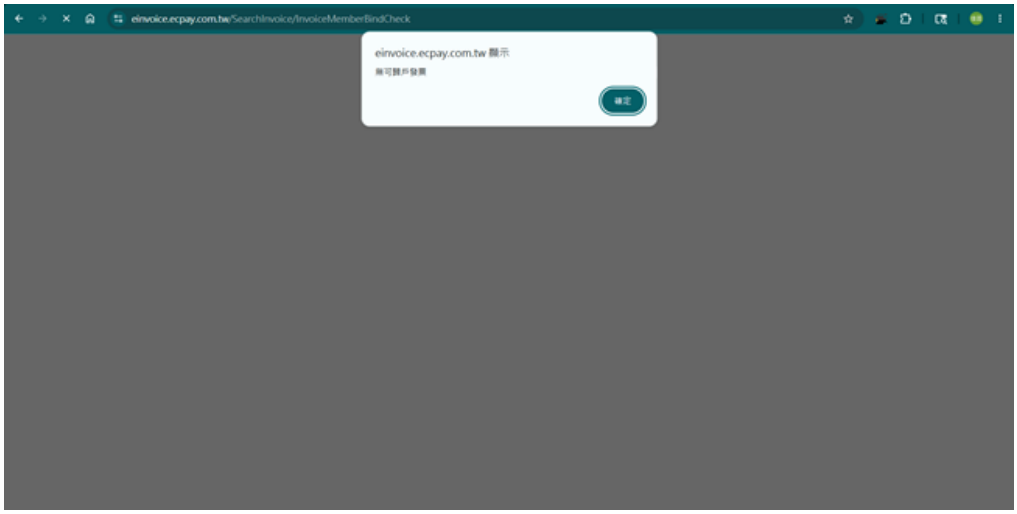


圖9：「無可歸戶發票」的錯誤訊息

(2)智慧客服偏離使用者預期，無法有效協助解決歸戶失敗問題

使用者在遭遇歸戶失敗後嘗試透過智慧客服尋求協助，然而客服的回應方式不斷將使用者導回原頁面或提供制式說明，偏離了使用者期望獲得具體解答的預設路徑，未能針對歸戶失敗的實際情境進行分析或引導。使用者在多次嘗試後感到無力，直言「智慧客服完全沒幫助」，最終徹底放棄使用客服功能（測試者 4）。收到平台以電子郵件回覆後，回覆內容指示使用者自行聯繫商家客服，使用

者認為如同踢皮球，問題仍未獲得解決。

6.兩種歸戶方式的完成回饋機制設計不一致

「會員載具歸戶」與「其他載具歸戶」在歸戶成功後的回饋呈現方式存在明顯差異：「會員載具歸戶」以固定式成功頁面呈現，使用者可自主選擇離開；「其他載具歸戶」則以彈出式訊息呈現（如圖 10），訊息文字量多且自動消失，使用者來不及讀完便已關閉（測試者 3）。兩種不一致的設計，使使用者在不同歸戶路徑中無法建立一致的完成預期，容易造成混淆或對操作結果感到不確定。



圖10：「其他載具歸戶」成功的彈出式訊息

八、建議方案

OOOOO 資訊中心之「OOOOOOO 整合服務平台載具歸戶設定」，根據測試結果分析，歸納出六大關鍵議題：「導覽結構不利任務導向操作，『歸戶設定』入口辨識度不足」、「登入頁面視覺層級失衡，『申請手機條碼』按鈕易造成頁面功能誤讀」、「登入前後的頁面跳轉邏輯不一致，造成使用者認知落差而迷路」、「歸戶設定流程中功能說明不充分，缺乏有效的操作引導」、「錯誤訊息語意模糊，異常狀況缺乏有效的自助排錯路徑」及「兩種歸戶方式的完成回饋機制設計不一致」。整理出七大建議方案，並逐條佐以他站範例或示意圖，詳細說明如下：

(一)優化導覽列結構並強化「歸戶設定」功能識別

1.精簡或重新分組導覽列選項，降低使用者在掃視時的認知負擔，並將「歸戶設定」等核心操作功能提升至視覺優先層級（如圖 11），使其在頁面載入時即能清楚被辨識。

2.在「歸戶設定」文字旁或 icon 下方加上簡短功能說明（如「整合各平台發票至手機條碼」），協助使用者快速理解功能意涵，降低專業術語帶來的理解門檻。



圖11：優化導覽列結構並強化「歸戶設定」功能識別示意圖

(二)調整登入頁面的視覺主從關係

1.降低「申請手機條碼」按鈕的視覺權重，改以次要樣式呈現（如輔助文字連結或較小尺寸的按鈕），或將其移至說明輔助區塊，避免搶奪使用者對登入表單的注意力。

2.強化登入表單的視覺主體地位，並在頁面顯眼處以清楚的標題或說明文字（如「已有帳號，請登入」）指示頁面功能，讓使用者一眼辨別當前頁面為「登入頁」而非「申請頁」（如圖 12）。



圖12：調整登入頁面的視覺主從關係示意圖

(三)確保登入前後的功能跳轉保持一致性

當使用者在未登入狀態下點選「歸戶設定」並完成登入或註冊後，系統應自動跳轉回「歸戶設定」頁面，維持使用者操作意圖的連貫性，避免因跳轉中斷造成迷路。若系統因特定條件需插入其他引導流程，應在跳轉前明確告知使用者原因與後續步驟（如「請先完成基本設定，即可前往歸戶設定」），並在完成後自動引導至使用者原始意圖的目標頁面（如圖 13）。



圖13：告知使用者原因與後續步驟示意圖

(四)強化歸戶路徑入口說明及操作按鈕標示

1.在「會員載具歸戶」與「其他載具歸戶」兩個按鈕上方各加上一至兩句情境說明（如圖 14），協助使用者依自身情況快速選擇（如「在商家網站擁有會員帳號，發票存放於會員帳戶中，請選擇此項」），降低判斷成本。



圖14：按鈕上方加上情境說明示意圖

2.將「+」圖示改為含文字的操作按鈕（如「新增歸戶」），直接顯示操作意涵（如圖 15），降低使用者的操作不確定感。



圖15：含 icon 與文字的操作按鈕示意圖

(五)優化商家搜尋頁入口設計與流程步驟指引

1.調整商家搜尋頁的預設顯示邏輯，優先呈現搜尋框並加上引導提示文字（如「請輸入商家名稱搜尋」），待使用者輸入後再顯示搜尋結果，減少預設清單對搜尋入口的視覺干擾（如圖 16）。



圖16：優先呈現搜尋框示意圖

2.在歸戶流程中加入跨頁面的步驟進度指示（如「步驟 2／3：前往商家頁面驗證身分」），讓使用者清楚掌握目前位置與距完成的距離（如圖17）。



圖17：加入步驟進度指示示意圖

(六)優化錯誤訊息內容並建立有效的排錯引導機制

1.將「無可歸戶發票」等語意不明的錯誤訊息改為具說明性的文字，並提示可能原因與建議行動(如「目前找不到可歸戶的發票，可能原因：① 該商家近期無發票開立紀錄；② 與商家的串接尚未啟用，建議確認近期是否曾於該商家消費後再試」)，協助使用者判斷問題性質並採取對應行動。

2.商家端串接發生技術異常時，以友善的錯誤說明取代亂碼（如「目前與商家頁面的連線發生異常，建議稍後再試；若問題持續，請洽客服專線」)，並提供明確的後續行動指引。

(七)統一歸戶成功後的回饋呈現方式

1.統一「會員載具歸戶」與「其他載具歸戶」的成功回饋設計，建議採用固定式成功頁面（如圖 18)，清楚呈現歸戶結果（含商家名稱、歸戶載具）並讓使用者自主選擇離開時機，確保兩種操作路徑提供一致的完成感與確認感。

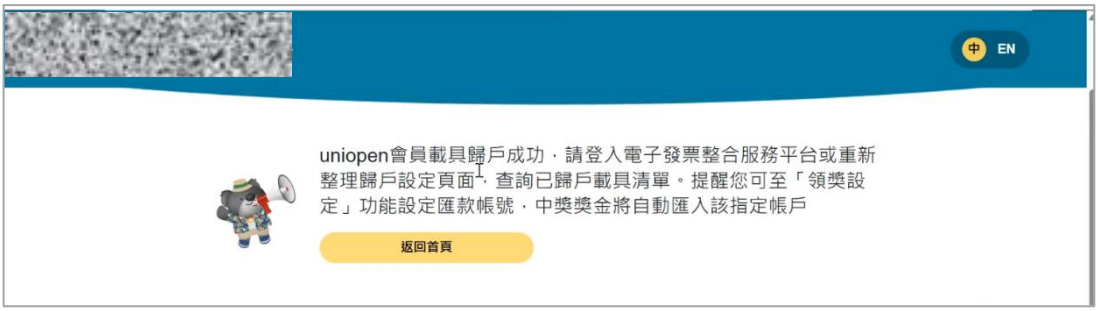


圖18：現有固定式成功頁面

2.若保留彈出式訊息設計，應精簡顯示文字、聚焦於核心確認資訊（如「MOMO 購物會員載具已成功歸戶至手機條碼」)，並提供「關閉」

按鈕由使用者自行決定離開時機，避免訊息在未讀完前自動消失。

以上七項建議方案，依據使用者測試過程中容易發生的操作中斷點，以及易學、效率、避免錯誤與滿意度等四項易用性面向進行評估，並列出網站服務優化順序，如表 5 所示。優化順序以數字越小者為優先，主要考量改善項目是否能讓使用者在操作過程中立即感受到成效，並優先解決完成任務的主要問題，作為機關後續網站優化之參考依據。

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
導覽結構不利任務導向操作,「歸戶設定」入口辨識度不足	優化導覽列結構並強化「歸戶設定」功能識別	6	易學、效率
登入頁面視覺層級失衡,「申請手機條碼」按鈕易造成頁面功能誤讀	調整登入頁面的視覺主從關係	4	易學、避免錯誤
登入前後的頁面跳轉邏輯不一致，造成使用者認知落差而迷路	確保登入前後的功能跳轉保持一致性	5	易學、效率
歸戶設定流程中功能說明不充分，缺乏有效的操作引導	強化歸戶路徑入口說明及操作按鈕標示	1	易學、避免錯誤
導覽結構不利任務導向操作,「歸戶設定」入口辨識度不足	優化商家搜尋頁入口設計與流程步驟指引	2	易學、效率
錯誤訊息語意模糊，異常狀況缺乏有效的自助排錯路徑	優化錯誤訊息內容並建立有效的排錯引導機制	3	避免錯誤、效率
兩種歸戶方式的完成回饋機制設計不一致	統一歸戶成功後的回饋呈現方式	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.強化歸戶路徑入口說明及操作按鈕標示

B.優化商家搜尋頁入口設計與流程步驟指引

C.優化錯誤訊息內容並建立有效的排錯引導機制

D.調整登入頁面的視覺主從關係

E.確保登入前後的功能跳轉保持一致性

F.優化導覽列結構並強化「歸戶設定」功能識別

G.統一歸戶成功後的回饋呈現方式

以上建議方案提供「OOOOOOO 整合服務平台-載具歸戶設定」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：測試紀錄表

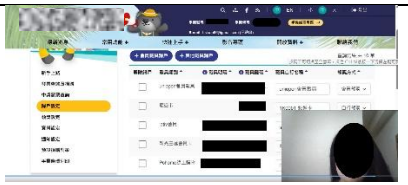
狀況：1（順利完成，白色底）；**狀況：2**（有一些問題但可自行解決，黃色底）；**狀況：3**（無法完成或無法進入下一頁、選錯，粉紅色底）

測試者 1：

頁面名稱	官網首頁	登入頁面	申請手機條碼頁面	登入頁面
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 進到首頁，很快就找到「歸戶設定」的選項。	狀況：1 來到登入頁面。	狀況：1 點選上一頁的「申請手機條碼」選項，來到此頁面。發現自己已有手機條碼，故離開此申請頁面。	狀況：1 再回到登入頁面，依序輸入手機號碼、驗證碼和圖形驗證碼等資料。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	變更驗證碼頁面	完成變更驗證碼	官網首頁	登入頁面
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 因超過一年未登入且未變更過驗證碼，故被要求變更驗證碼。依序輸入表格內的資訊。	狀況：1 完成變更密碼，提醒須以更新後的驗證碼登入。	狀況：1 回到首頁，重新進行載具歸戶的申請。	狀況：1 再次進入登入頁面，依序輸入表格內的資訊。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	手機條碼專區	新增會員載具-搜尋	新增會員載具-搜尋結果	商家的會員登入頁面
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 列出目前我歸戶的載具內容，接著點選會員載具歸戶，進行載具歸戶。	狀況：1 在商家的搜尋欄中，輸入將歸戶商家的名稱進行搜尋。	狀況：1 以關鍵字可以很快查到要進行歸戶的商家資訊。	狀況：1 連結到商家的頁面，依序輸入相關資料。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

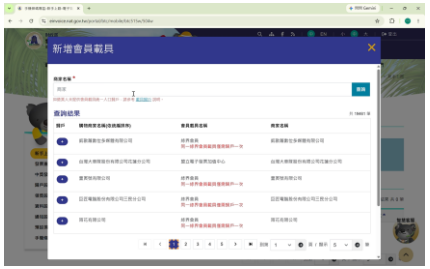
頁面名稱	顯示要歸戶的載具內容	歸戶成功	官網首頁	手機條碼專區
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 顯示要歸戶的載具內容，並點選確認按鍵。	狀況：1 告知已經完成歸戶作業。	狀況：1 回到官網首頁，查詢看看是否有歸戶成功。	狀況：1 確認載具有完成歸戶。點選右上角的「登出」。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	官網首頁			
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 點選上一頁的登出後，回到官網首頁。			
	狀況：			

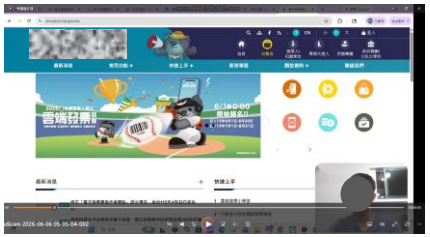
測試者 2：

頁面名稱	查詢「OOOOOOO 整合服務平台」	OOOOOOO 整合服務平台	申請手機條碼	申請過程
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 沒有看到類似的要的功能於是直接進首頁。	狀況：2 不太理解 OOOO、載具等功能及具體運作方式，找了一下。	狀況：2 因為之前都沒有申請過，覺得程序有些繁瑣。本來以為這裡就是直接申請，結果這裡是登入畫面，中間字樣會誤解。	狀況：1 很多字懶得看就跳過了。填寫資料部分都很清楚。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	註冊成功	領獎設定	驗證電子郵件	歸戶設定
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 覺得可以直接幫自己登入就好了幹嘛還那麼麻煩又要再輸一次。	狀況：2 不知道之後能不能改，沒有標示清楚讓自己很猶疑，且也沒有事先說要先驗證電子郵件，還繞了好大一圈去驗證電子郵件，一度想放棄。	狀況：1 幸好驗證電子郵件的地方很快速，按下連結加上輸入密碼驗證碼就可以了。	狀況：1 很快就找到會員載具歸戶的選項。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	新增會員載具	確認會員載具歸戶		
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 這個頁面做的簡單明瞭，也可以查詢很人性。	狀況：1 跳回此平台後有再次確認的動作。		
	狀況：	狀況：		

測試者 3：

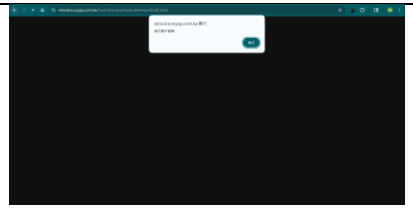
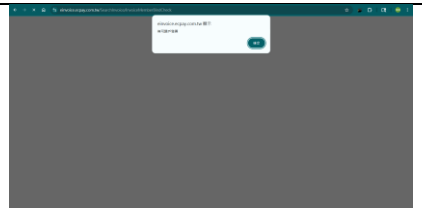
頁面名稱	登入平台	選擇歸戶設定	登入帳號	查詢新手設定
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 首先進入 OOO 官網，官網上面很明顯看到，歸戶設定四個連結。整個也面做的比較容易讓大家知道怎麼操作。	狀況：1 我接下來直接選擇歸戶設定。	狀況：1 選擇歸戶設定後，就跳入了登入帳號，將設定資料填入後按下登入鍵。	狀況：1 之前並沒有做過歸戶的動作，所以我先找看看新手上路以及手用說明的方式，在這個部分我認為此平台做得不錯，有一個雲端發票小學堂歸戶的解說連結。查看完之後，就大概知道歸戶的意義還有一些方便性。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	選擇歸戶設定	歸戶設定（1）	歸戶設定（2）	歸戶完成
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 接下來尋找歸戶設定，頁面顯而易見，有看到歸戶設定，並按下歸戶設定的按鍵。	狀況：1 按下按鍵之後，有看到會員歸戶和其他載具歸戶，那我這次使用我的信用卡來做歸戶設定。	狀況：1 按下其他載具歸戶設定後，跳出了資料填寫，那我這部分進行的資料填寫動作，使用上很流暢，並無發生什麼問題。	狀況：1 設定完成後，會收到歸戶成功的訊息，並且也會在頁面上看到成功清單。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

測試者 4：

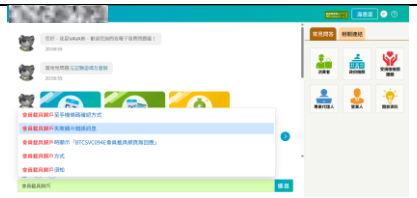
頁面名稱	官網首頁	請選擇登入身分-消費者-手機條碼登入頁	手機條碼專區-歸戶設定	手機條碼專區-歸戶設定-其他載具歸戶-新增其他載具
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：2 打算把刷卡消費過的健豪印刷事業股份有限公司的發票歸戶到手機條碼，到 OOOOOOO 整合服務平台首頁看到「歸戶設定」icon，應該到這頁面做設定？有點納悶，仍點下去看看。	狀況：1 發覺該網頁會自動代入自己以前輸入過的手機號碼&驗證碼（密碼），覺得方便，輸入剩下的圖形驗證碼後，按「登入」鈕。	狀況：2 瀏覽曾設定過的載具類別，確定不含健豪公司，不確定到哪歸戶？看到藍色 icon 寫有「會員載具歸戶」跟「其他載具歸戶」好奇兩者差別？健豪網站是否算是「其他載具歸戶」？點下去看看再說。	狀況：3 看到「載具類別」欄位是「手機條碼」，本以為來到可設定歸戶至手機條碼的網頁，後來才意識到這只是新增手機條碼為載具的頁面，沒辦法設定要歸戶的商家，按右上角的 X 關掉「新增其他載具」頁。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	手機條碼專區-歸戶設定	手機條碼專區-歸戶設定-新增會員載具	新增會員載具-查詢結果頁	綠界科技會員載具歸戶資料驗證頁
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 改為點選「會員載具歸戶」的藍色 icon，想到這頁面看是否能將健豪歸戶至手機條碼。	狀況：1 看到「商家名稱」欄位鬆口氣，確定可在這邊將健豪歸戶，輸入「健豪」二字後，按下「查詢」鈕，納悶找得到這商家嗎？	狀況：2 看到列出健豪印刷事業股份有限公司很高興，查看會員載具名稱是「綠界會員」，納悶按左邊＋號就能歸戶嗎？點下去試試看。	狀況：1 查看標題「綠界科技會員載具歸戶資料驗證」&第一點說明文字，因為只需擇一填寫，既然要歸戶到手機，填手機號碼就好，於是輸入自己的手機，第二三點的說明文字有點多，懶得細看，按確認鈕。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	綠界科技會員載具歸戶 資料驗證頁-錯誤訊息	綠界科技會員載具歸戶 資料驗證頁	綠界科技會員載具歸戶 資料驗證頁-錯誤訊息	綠界科技會員載具歸戶資料驗 證頁-確認重新提交表單頁
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：3 出現錯誤訊息寫「無可歸戶發票」，納悶是什麼意思？今年確定曾在健豪官網消費過，有點猶豫地按確認鈕，不確定按下後是否會回到綠界科技會員載具歸戶資料驗證頁。	狀況：2 納悶無法輸入自己的手機號碼然後將健豪完成歸戶嗎？不死心再試一次，輸入自己的手機號，按確認鈕。	狀況：3 再次出現錯誤訊息寫「無可歸戶發票」，很納悶到底是什麼意思？確定曾在健豪網站消費過，難道今年刷卡消費過不行，一定要最近幾天在官網消費的發票才可歸戶？不確定到底怎麼回事，按確認鈕。	狀況：3 出現網頁寫有「確認重新提交表單」，很納悶，不懂到底怎麼回事，按 X 關閉此網頁。
	狀況：	狀況：	狀況：3 綠界科技會員載具歸戶資料驗證頁滑到最下面，沒客服信箱可問，查看注意事項覺得字很多，懶得看，瞄了一眼就略過，嘆口氣，無奈點選回上一頁的按鈕。	狀況：

頁面名稱	手機條碼專區-歸戶設定-新增會員載具	手機條碼專區-歸戶設定	快速上手-雲端發票小學堂	快速上手-雲端發票小學堂-載具歸戶
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：3 應該點選購物商家名稱的健豪就能進行歸戶，為何無法完成？網頁下方提醒需在 10 分鐘內完成歸戶認證，無奈說自己也想完成，不知為何系統不讓我完成。	狀況：2 看到上方有「快速上手」選項，滑鼠移過去出現「雲端發票小學堂」，納悶這頁面會教我如何將商家發票整合至手機條碼內嗎？好奇點下去看看。	狀況：1 正要查看「多元載具」內的「雲端發票介紹」，視線隨即被上方的「載具歸戶」項吸引，好奇點下去看看。	狀況：3 點選「載具歸戶」，覺得字好多，仔細查看信用卡載具歸戶說明，因曾在健豪刷卡消費過，剛剛「新增會員載具頁」沒有輸入信用卡的地方。網頁下滑，沒看到將商家歸戶至手機條碼的教學。
	狀況：3 看不懂網頁下方提醒事項第二點（開獎相關事宜），字好多，沒耐心地說「這什麼鬼，看不太懂，算了」，應該跟我要將健豪歸戶至手機無關，放棄查看，按右上角的 X 關掉新增會員載具頁。	狀況：	狀況：	狀況：

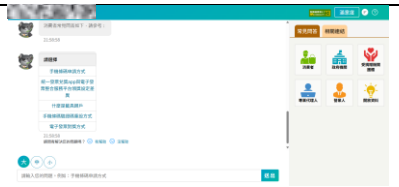
頁面名稱	快速上手-雲端發票小學堂-載具歸戶	快速上手-雲端發票小學堂-載具歸戶	雲端發票智慧客服	快速上手-雲端發票小學堂-載具歸戶
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：3 再次將滑鼠移到網頁上方的「快速上手」，看了「行動支付結合雲端發票專區」、「信用卡存發票好康專區」感覺都不會有相關教學，沒點選任何選項，滑鼠直接移開。	狀況：3 滑鼠改移到「常用功能」，快速掃描所有項目，對於第三項「歸戶設定」認定會回到最一開始自己設定過的載具類別頁面，對於將健豪歸戶至手機條碼沒幫助，沒點任何選項，滑鼠離開「常用功能」。	狀況：2 滑到下面看到「載具歸戶方式」，突然想起剛剛沒點選的「常用功能」項下的「歸戶設定」，決定去看一下歸戶相關流程，以便後續問智慧客服，滑鼠點開「雲端發票小學堂-載具歸戶」的分頁。	狀況：1 滑鼠移到「常用功能」，點選第三項「歸戶設定」。
	狀況：	狀況：1 突然瞄到右下角有「智慧客服」的圖案，趕快點下去看看，納悶這裡是否會提供相關指引。	狀況：	狀況：

頁面名稱	手機條碼專區-歸戶設定	雲端發票智慧客服	雲端發票智慧客服（「會員載具歸戶失敗顯示錯誤訊息」回答頁）	雲端發票智慧客服（「會員載具歸戶方式」回答頁）
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 再次點選「會員載具歸戶」。	狀況：2 點選雲端發票智慧客服分頁，先輸入「會員載具歸戶」，驚喜發現出現一些選項可點，對於「會員載具歸戶至手機條碼確認方式」跟「會員載具歸戶失敗顯示錯誤訊息」其實不確定要點哪個，覺得第二項「會員載具歸戶失敗顯示錯誤訊息」較正確，點下去。	狀況：2 看到回答是要我洽詢客服專線有點傻眼，一定要打電話，不能線上處理就好嗎？懶得打電話。下滑發現智能客服有提供其他一些選項，不確定要點哪個，點選第二項「會員載具歸戶方式」試試看。	狀況：3 看到一堆文字有點懶洋洋，還是細看了一下，然後右鍵點選「登入 OOOO 整合服務平台」，發現無法另開一個新的網頁。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：1 改用滑鼠左鍵點選「登入 OOOO 整合服務平台」，發現直接開新的網頁覺得不錯，怕如果沒開新網頁，到時按上一步不一定能順利回去上一頁，開新網頁較好。

頁面名稱	手機條碼專區-歸戶設定	雲端發票智慧客服回答	雲端發票智慧客服（點選「會員載具歸戶」方式）	手機條碼專區-歸戶設定（第一頁）
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：3 又回到自己最一開始要設定將健豪歸戶至手機條碼的網頁，很無奈，根本無法完成歸戶，有點火大，按 X 關掉網頁。	狀況：2 查看我詢問會員載具歸戶方式，智慧客服如何回答，覺得沒幫助，上滑看到之前詢問「會員載具歸戶失敗顯示錯誤訊息」，智慧客服有提供「會員載具歸戶至手機條碼確認方式」選項，納悶按下去能得到解答嗎？點下去看看。	狀況：2 查看客服回答，似懂非懂，直接點選「歸戶設定」看看，納悶是否會回到最一開始想將健豪歸戶至手機條碼的網頁。	狀況：1 果然又回到最一開始的頁面，無奈下滑，突然發現有第二頁可點選，按下去看看。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	手機條碼專區- 歸戶設定（第二頁）	手機條碼專區- 歸戶設定（第一頁）	雲端發票智慧客服	官網首頁
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：3 確定健豪網站沒列在這個頁面，按第一頁。	狀況：3 回到第一頁下滑，仍找不到可設定健豪網站至手機條碼的方式，好奇怪，再次點選雲端發票智慧客服的分頁。	狀況：2 我曾在智慧客服這邊問過「會員載具歸戶至手機條碼確認方式」，當時客服提供「OOOO整合服務平台網站」的選項，納悶是什麼，點選看看，下一秒突然想到該不會回到首頁吧？	狀況：1 果然又回到首頁，有點無奈，看右上角圓形 icon 圖示按向右鍵，看到「自然人憑證條碼專區」覺得不是，接著看到「載具專區」納悶是什麼，點下去看看。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	載具專區-載具消費發票查詢	雲端發票智慧客服	雲端發票智慧客服-「會員載具無法歸戶某商家」回答頁	手機條碼專區-歸戶設定
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：3 瀏覽一下頁面，覺得是查詢發票用的，跟我要歸戶無關，嘆口氣，很無奈，不知如何才能順利歸戶，再次點選雲端發票智慧客服分頁。	狀況：2 在底下問題欄位輸入「會員載具」跳出一堆選項可點選，大致瀏覽確認沒什麼可點後，繼續輸入成「會員載具無法歸戶某商家」，客服看得懂嗎？能否提供答案？按「送出」鍵。	狀況：3 看到回答一堆字有點無奈，看不太懂，像鬼打牆，得不到我要的答案。	狀況：3 很濃厚的無力感，果然又回到手機條碼專區，抱怨「怎麼又跳回來這裡？」嘆口氣，懶得看，直接按 X 關掉頁面。
	狀況：	狀況：	狀況：2 納悶智慧客服提供的「登入 OOOO 整合服務平台」選項，是會回到手機條碼專區？感覺要我自己想辦法解決無法歸戶的問題，無奈點選「登入 OOOO 整合服務平台」。	狀況：

頁面名稱	雲端發票智慧客服	雲端發票智慧客服-常見問答-消費者	雲端發票智慧客服-常見問答-消費者-什麼是載具歸戶	雲端發票智慧客服（「商家歸戶」問題回答頁）
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：3 針對我詢問的「會員載具無法歸戶某商家」無法得到解決方式，針對客服回答按下「沒幫助」，想看會得到怎樣的回覆，結果跳出「感謝您的反饋」，無奈就這樣而已，還是得自己想辦法，看到右側有「消費者」icon 點下去看看。	狀況：2 不確定點選哪個比較容易得到解答，猶豫了一下，最後點選「什麼是載具歸戶」看看。	狀況：3 智慧客服只是針對「什麼是載具歸戶」做出文字說明解釋，感覺得不到幫助，很納悶為何一直無法將健豪網站的發票歸戶至手機條碼內，感覺智慧客服解決不了問題。	狀況：2 查看智慧客服說明一到三點，覺得它講得很簡單，實際做起來很難，根本沒辦法成功歸戶，無奈之下點選智慧客服提供的「載具歸戶」選項，想看會不會得到什麼幫助。
	狀況：	狀況：	狀況：1 決定再給智慧客服一次機會，在問題欄位輸入短一點的「商家歸戶」，按送出鈕。	狀況：

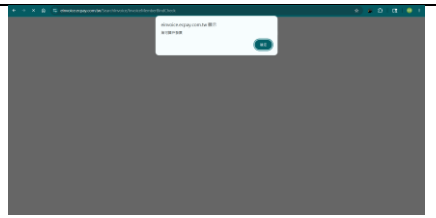
頁面名稱	載具歸戶海報	雲端發票智慧客服 (「商家歸戶」問題回答頁)	載具專區-載具消費發票查詢	聯絡我們
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：3 一張海報一堆字實在懶得看，解決不了問題，嘆很大一口氣，按 X 關掉網頁。	狀況：3 覺得雲端發票智慧客服無法解答我的問題，完全沒幫助，徹底放棄，按右上角的 X 關掉網頁。	狀況：1 看到右上角有個「聯絡我們」的選項，好奇這裡會有幫助嗎？點下去看看。	狀況：2 查看上方客服專線說明，沒看清楚，以為是不管國內外通話都要費用。查看表單 3 日內回覆有點久，還是填一下資料，想問為何無法歸戶，問題類別不太確定選什麼，應該是「平台功能操作問題」？點下去。
				狀況 1： 信件主旨寫到商家健豪，一時忘記它全名，於是點選新增會員載具分頁，打算看一下健豪公司全名。

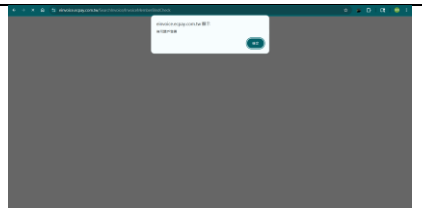
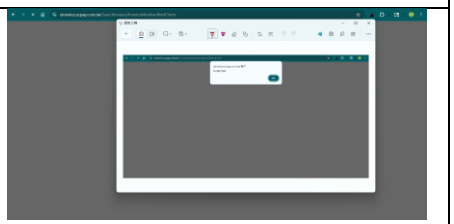
頁面名稱	新增會員載具	新增會員載具- 商家名稱查詢結果頁	手機條碼專區-歸戶設定	聯絡我們
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 在商家名稱欄位輸入「健豪」，按右邊的查詢鈕。	狀況：1 看到健豪公司全名後立刻滑鼠整個選取起來按 Ctrl C，沒關閉此分頁，直接點選「手機條碼專區」分頁。	狀況：3 這個頁面沒用處了，單純自己點錯，懶得看，用滑鼠點選「聯絡我們」分頁。	狀況：1 將「健豪印刷事業股份有限公司」全名貼至信件主旨內，然後繼續填寫完後面內容，信件主旨最後寫成「想將商家（健豪印刷事業股份有限公司）發票歸戶至 OOOOOOO 整合平台，未能成功」。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

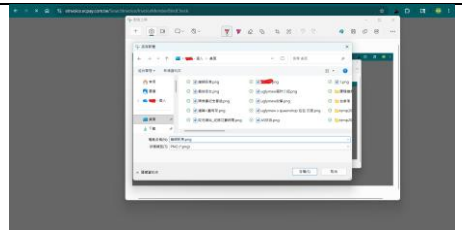
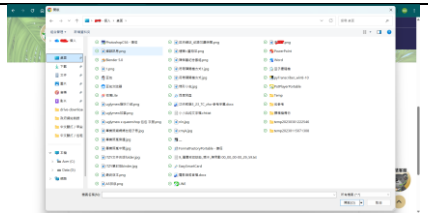
頁面名稱	聯絡我們	新增會員載具頁	手機條碼專區-歸戶設定	聯絡我們
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 寫信件內容「您好，我今年曾在健豪印刷事業股份有限公司官網上以信用卡消費結帳，現在想把此官網的發票整合至OOOOOOO整合平台，但是我在進入」，寫到這裡忘記操作過程，決定打開新增會員載具分頁。	狀況：3 確定新增會員載具頁不是我要找的操作過程第一步，先按 X 關閉此頁面。	狀況：1 確認操作過程第一步是先到這個「歸戶設定」，未關閉此分頁，直接用滑鼠點選「聯絡我們」分頁，打算輸入「歸戶設定」這幾個字。	狀況：2 「您好，我今年曾在健豪印刷事業股份有限公司官網上以信用卡消費結帳，現在想把此官網的發票整合至OOOOOOO整合平台，但是我在進入「歸戶設定」內的」，打到這邊忘記歸戶設定的下一步是叫什麼名稱，用滑鼠點選手機條碼專區分頁。
	狀況：1 原本信件開頭寫「您好，我曾在」怕沒寫何時有在健豪網站消費過會讓回信者有疑慮，因此改為「您好，我今年曾在...」，加上「今年」二字。	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	手機條碼專區-歸戶設定	聯絡我們	手機條碼專區-歸戶設定	手機條碼專區-歸戶設定-會員載具歸戶
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 查看歸戶設定內的藍色選項名稱原來是「會員載具歸戶」，打算填寫至信件內容內，點選聯絡我們分頁。	狀況：2 繼續寫信件內容「...但是我進入「歸戶設定」內的「會員載具歸戶」這個選項，輸入「健豪」二字做搜尋，選擇「健豪印刷事業股份有限公司」」，打到這邊不確定下一步，點「手機條碼專區」分頁看一下。	狀況：1 點選「會員載具歸戶」。	狀況：1 在商家名稱欄位輸入「健豪」二字，按右邊藍色查詢鈕。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	手機條碼專區-歸戶設定-會員載具歸戶-商家名稱結果頁	手機條碼專區-歸戶設定	聯絡我們	手機條碼專區-歸戶設定-會員載具歸戶
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 查看輸入商家名稱後的下一步，確定自己當時按左邊的＋號，此時並未按下，只是單純查看步驟，以便後續填寫信件，看完後未關閉此分頁，按「手機條碼專區」分頁。	狀況：3 這頁面目前用不到，單純自己點錯，按「聯絡我們」分頁。	狀況：1 繼續輸入信件「按了＋號做歸戶，可是在」，輸入到這裡，不確定下一步，按會員載具歸戶分頁。	狀況：1 按下商家「健豪印刷事業股份有限公司」左邊的藍色＋號，打算查看下一步驟，以便後續填寫至信件上。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

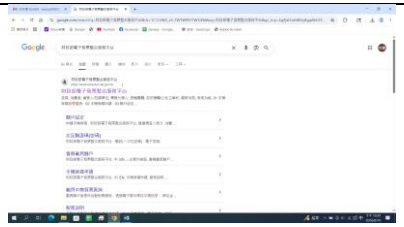
頁面名稱	綠界科技會員載具歸戶 資料驗證	聯絡我們	綠界科技會員載具歸戶 資料驗證	綠界科技會員載具歸戶資料驗證- 錯誤訊息
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 滑鼠選取標題「綠界科技會員載具歸戶資料驗證」按 Ctrl C，準備貼到信件上，點選「聯絡我們」分頁。	狀況：2 繼續輸入信件「可是在隨之出現的「綠界科技會員載具歸戶資料驗證」中，輸入手機號碼，卻跳出」，輸入到這邊，不確定下一個步驟，點選「綠界科技會員載具歸戶資料驗證」分頁。	狀況：1 輸入自己的手機號碼，按確認鈕，打算看會出現什麼錯誤訊息，以便後續填寫至信件上。	狀況：3 又出現錯誤訊息寫著「無可歸戶發票」，按「聯絡我們」分頁，打算把它寫到信件上。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

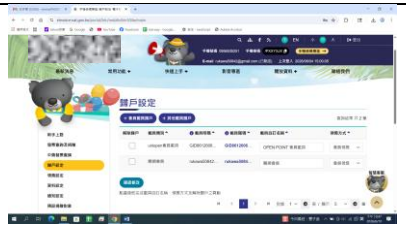
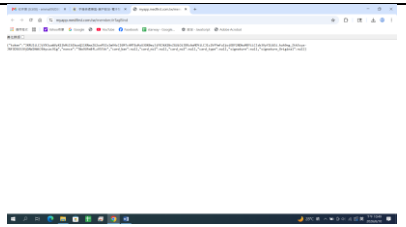
頁面名稱	聯絡我們	綠界科技會員載具歸戶 資料驗證	綠界科技會員載具歸戶 資料驗證-錯誤訊息	剪取工具
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 繼續填寫信件內容「「無可歸戶發票」的錯誤訊息，無論輸入幾次都是這樣，請問到底為何無法歸戶此商家的發票至 OOOOOOO 整合平台上？」，填寫完後，網頁下滑，查看還要填什麼資料。	狀況：1 再次輸入自己的手機號碼，按確認鈕，打算把錯誤訊息截圖起來並存檔，當作附件傳至信件。	狀況：1 按鍵盤上的 PrtSc 鈕截圖此錯誤畫面。	狀況：1 按剪取工具右上角的另存新檔鈕，打算把圖片存起來。
	狀況：2 看到「附件上傳」，有點困惑要傳什麼，點選「綠界科技會員載具歸戶資料驗證」分頁。	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	另存新檔	聯絡我們	聯絡我們	聯絡我們- 送出案件（執行成功訊息）
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 點選「桌面」，檔名輸入「錯誤訊息」，按存檔鈕，點選「聯絡我們」分頁。	狀況：1 點選附件上傳欄位右側的「瀏覽」鈕，選取存在桌面的「錯誤訊息」圖片，不確定自己的圖片會不會超過 2MB 大小，仍按下「開啟」鈕。	狀況：1 順利看到附件上傳成功，沒顯示錯誤訊息，應該檔案不超過 2MB 吧，接著輸入圖形驗證碼，覺得這數字蠻清楚容易看懂，輸入完成後按確認鈕。	狀況：2 看到 3 日內回覆的通知，覺得有點久，不確定今天（星期五）有沒有機會收到？按確認鈕。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	聯絡我們	Gmail 信箱-OOOOOOO 整合服務平台系統回覆信		
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：2 回到「聯絡我們」分頁後嘆口氣，還是想知道能否早點收到回覆，滑到下面看到有客服專線，如果還是找不到解答，可能只能打電話問，實在不確定今天能否收到回覆信，有點無奈。	狀況：3 星期五下午約兩點初，本測試案錄影結束後，於下午 14:32 收到 OOOOOOO 整合服務平台系統回覆信，本來很高興蠻快就收到信件，但看到它說是綠界科技問題，要我確認是否有店家發票開立通知&洽綠界客服如何歸戶，感覺像踢皮球，要我自行解決問題，覺得麻煩，暫時懶得處理。		
	狀況：	狀況：		

測試者 5：

頁面名稱	Google 搜尋結果	首頁	登入	手機條碼專區
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 Google 搜尋 OOOOOOO 整合服務平台，點擊第一個搜尋結果進入。	狀況：1 應該是要先登入。	狀況：1 因為有記憶帳號密碼，這邊只要輸入驗證碼就可以囉。	狀況：1 找一下歸戶載具要從哪裡開始呢？找到歸戶設定了，從這邊開始囉。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	歸戶設定	新增會員載具	錯誤訊息頁面	新增會員載具
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 點選會員載具歸戶。	狀況：1 這邊用搜尋的方式，輸入杏一，有順利找到，就點擊新增囉。	狀況：3 這是什麼意思呢？關掉分頁再試一次。還是沒辦法，那換成MOMO 購物平台試試看。	狀況：1 這邊用搜尋的方式，輸入MOMO，有順利找到，就點擊新增囉。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	MOMOOOOO 歸戶設定	MOMO 會員登入	OOOO 整合服務平台	OOOO 整合服務平台
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 按下 MOMO 購物網會員請登入即代表同意要歸戶到手機條碼了，確定。	狀況：2 輸入帳號密碼，登入看看。選擇驗證碼發送方式，直接發送到手機，按確認。從手機查看驗證碼後輸入並確認。這樣就可以了吧。再按一次嗎？剛剛只是會員登入，這個是要同意使用會員載具進行歸戶。	狀況：1 嗯，已經歸戶到手機條碼裡囉。	狀況：1 好，確認成功完成。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

設計專家：

頁面名稱	登入平台	選擇歸戶設定	登入帳號	歸戶設定
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 進到 OOO 的平台。	狀況：1 先看到左邊的 banner,覺得是雜訊，很快就發現右邊有歸戶設定的功能入口，選擇歸戶設定。	狀況：1 選擇歸戶設定後，跳入了登入頁面，將資料填入後按下登入鍵。	狀況：1 先前就有歸戶過，這次再歸戶一張信用卡，選擇其他載具歸戶。
	狀況：	狀況：	狀況：	狀況：

頁面名稱	新增其他載具	完成歸戶		
畫面截圖				
操作過程與遇到的狀況	狀況：1 順順的填寫資料，按下送出。	狀況：1 完成歸戶，跳出成功訊息。		
	狀況：	狀況：		