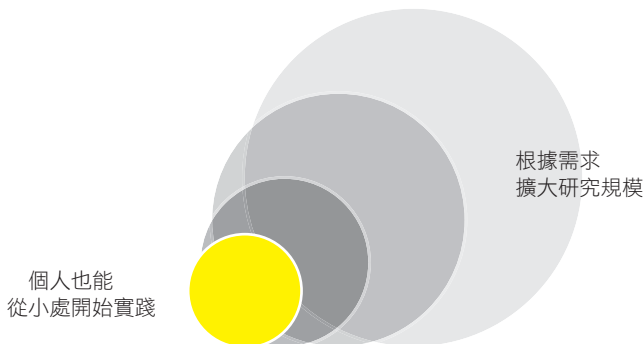
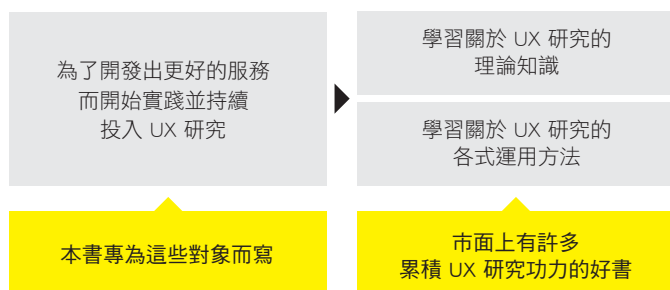

前言

這是一本實踐使用者經驗（UX）研究的入門書。「聽說過『UX 研究』這個詞，但不太清楚具體內容……」、「我想嘗試一下 UX 研究，應該從何處開始好呢……」除了腦中出現這類想法的人以外，還有一些人的煩惱是：「雖然已經開始進行 UX 研究了，但說真的，我對實作方法沒有自信……」。筆者希望能為這些人提供助力，因此將實務工作中獲得的 UX 知識與洞察統整成一本書。當讀者準備踏出第一步，或是持續進行 UX 研究時，都能將這本書當作如同導師的存在，放在身邊隨時翻閱參考。

本書的創作思路以「哪怕是一個人也能從小處實踐，並且持續進行」的形式構成，同時收錄各式 UX 研究的真實案例。針對至今為止經手過的實際案例，筆者盡可能鉅細彌遺地重現「我在什麼樣的情境下產生了何種思考與想法，因而進行了 UX 研究」的具體細節。當讀者體會到「原來這就是 UX 研究的實踐方式」後，能夠加以學習如何一個人從小處開始持續實踐，並根據需求擴大 UX 研究的規模。



並且持續實踐與投入。我們將盡可能詳盡介紹目前為止實踐過的 UX 研究案例、知識與洞察。舉凡筆者實際開始進行 UX 研究的前後脈絡、整體工作過程以及具體的推進方法，還有為了吸引更多同伴一起進行 UX 研究而促成的穩健工作方法與組織架構等主題。



貼近 UX 研究實踐者的煩惱

本書是筆者一邊梳理過去幾年下來積累的工作經驗，並一邊傾聽 UX 研究實踐者的煩惱而寫成。比方說，筆者曾在「UX BIG BANG」活動中舉辦工作坊，以及網路社群互相交流的過程中，陸續觀察到 UX 研究實踐者們迄今為止遇到的障礙和眼前所煩惱的問題。我們發現，單單介紹 UX 研究的理論知識並不足夠，更重要的應該是分享能幫助人們應用到服務開發的技術知識（know-how）。另外，我們也確實感受到了有些人認為「周遭很少有人能教我關於 UX 研究的內容，也很少能見證 UX 研究案例」的這一煩惱。因此，本書內容結合了筆者的親身工作經驗，具體詳盡地紀錄了在實際的服務開發場景中如何運用 UX 研究並進行實踐的事例。另外，為了幫助讀者在實際生活中運用本書所敘述的內容及方法，讀者可以透過以下連結中，下載筆者實際使用的 UX 研究範本（具體內容請參考本書附錄）。

範本下載連結

<http://books.gotop.com.tw/download/ACU083700>

誰該閱讀這本書？

不論行業和職位類別，不管是首次嘗試 UX 研究的人，或是已經開始實踐了 UX 研究的人，這本書都是幫助人們更有效率展開 UX 研究的實用參考指南。

當人們展開 UX 研究，而腦中浮現「接下來該怎麼辦？」的煩惱時，本書設想了幾個有助於解決煩惱的關鍵重點。我們將 UX 研究中最具代表性的需求和煩惱分為 5 大階段，化為具體文字提供人們參考。「目前的情況應該是處於哪一個階段呢？」請一邊思考著這個問題，一邊閱讀本書，這麼做能夠更有效地幫助各位吸收關於 UX 研究的知識。在符合讀者自身情況的階段中，如果本書能夠幫助各位踏出下一步的話，這將是筆者的榮幸。

本書所設想的實踐階段

本書將「實踐 UX 研究並持續進行」這項過程，從「即使周遭沒有人能夠教我的情況下也能開始做 UX 研究」，直到「自立自強地持續進行 UX 研究」等，依序劃分為五大階段。大致來看，這五大階段可分為基礎部分和應用部分。基礎部分的內容可以幫助讀者掌握進行 UX 研究的心態、知識、推進方法。應用部分的內容則有助於進一步提高 UX 研究的功力，也有助於將 UX 研究加以推廣到組織中。接下來，筆者將簡單介紹一下各個階段。

階段	主要需求或煩惱	對應章節 (Chapter)							
		1	2	3	4	5	6	7	8
基礎部分	Stage 1 想了解什麼是 UX 研究	◎	◎						○
	Stage 2 想嘗試實踐 UX 研究		◎	◎	○		○	○	
	Stage 3 想增加 UX 研究功力			◎	◎		○	○	
應用部分	Stage 4 想推廣 UX 研究					◎	◎	○	
	Stage 5 想共享 UX 研究的學習成果					○	○		◎

Stage 1 想了解什麼是 UX 研究

位於這個階段的人們煩惱著「想更確實把握使用者的喜好，更有效促進服務開發，但我不知道具體做法」。在為此煩心的時候，人們碰巧知道了「UX 研究」這個關鍵字。但是，總感覺「進入門檻很高，也不知道怎麼開始才好，效果也還是未知數呢」、「也許 UX 研究不是份內工作之餘可以嘗試的東西，況且自己一個人可能也辦不到。」種種想法浮現腦中，令人望而卻步。

在這個階段，讓我們先從瞭解關於 UX 研究的基礎知識與觀念開始。

➔ 請翻閱 1 章、2 章、7 章

第 1 章

掌握 UX 研究的方法

為什麼 UX 研究很重要？

什麼是 UX 研究？在哪些情況下能發揮效果呢？閱讀本章內容，讀者可以探索「為什麼我們需要進行 UX 研究？」這一大哉問，在日後被問到這個問題的時候，也能夠按照自己的想法進行說明。另外，在不同的使用情境下，會有相應的 UX 研究方法。且讓我們進一步瞭解可以用哪些分類方法，認識 UX 研究的整體面貌，幫助我們更容易地根據具體情況選擇適合的應用手法。

目標階段	1	2	3	4	5
本章可幫助讀者	瞭解 UX 研究的基本概念 瞭解且足以說明 UX 研究的價值				

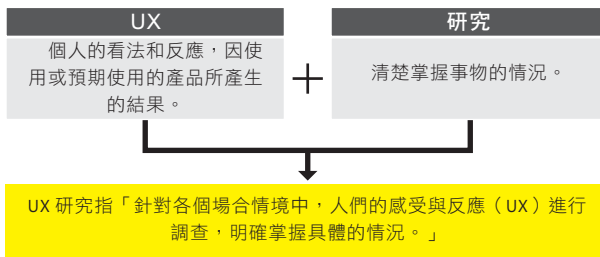
什麼是 UX 研究？

「UX」和「研究」這兩個詞語所指涉的意涵與含義非常廣泛，所以「UX 研究」一詞實際上可以理解為各式各樣的意思。筆者想在此給出符合本書內容的明確定義。

首先，根據 ISO9241-210^{*1} 的定義，所謂「UX（User Experience，使用者經驗）」指「使用者在使用或參與產品時，所產生的感受與反應」（本書將產品也視為一種服務）。因此，UX 不一定僅限於指代使用者介面（UI）。另外，使用者體驗設計（通常簡稱 UX 設計）則是以此概念為中心的一套設計流程。

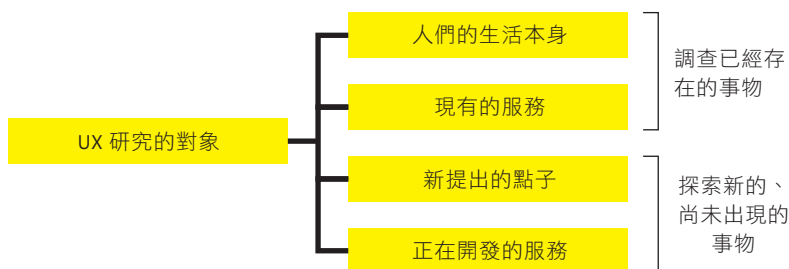
再來是，「研究（research）」相當於中文的「調查」，意思是「清楚掌握事物的情況」。綜上所述，本書將「UX 研究」定義為「針對各個場合情境中，人們的看法與反應（UX）進行調查，明確掌握具體的情況。」

*1：ISO9241-210（關於以人為本的人機互動設計之國際標準）：
<https://www.iso.org/standard/77520.html>



如上所述，在各式各樣的情境中，人們會隨之產生相應的感受和反應。至於一個人會表現出什麼樣的主觀感受和反應，會根據這個人至今為止的生活經驗與和情境脈絡而有所不同。因此，UX 研究的

對象涉及人們的生活本身、現有的服務、新提出的點子、正在開發的服務等多個面向。在調查任何對象時，UX 研究的特色是始終聚焦在使用者本身的經驗與感受。另外，關於 UX 研究的對象，我們將在本章的〈針對 UX 要素的研究〉一節中進行更詳細的解說。



在企業組織中，不要僅僅執行 UX 研究，加以善用研究結果也很重要。例如，可以在組織中設立討論研究結果的場合，作為「引導者」去落實共同討論的成果^{*2}。我們將在第 3 章介紹更詳細的內容。

*2：引導（**facilitation**）指「在組織或團體中為了達成目標或任務，提供流程上的引導，並採取中立立場促進工作順利開展」。

UX 研究的重要性與日俱增

在人們意識到他們其實使用了「UX 研究」概念之前，就有許多服務是透過聆聽使用者心聲，進而開發、改善並提升服務，這類成功的服務並不少見。那麼，為什麼還是會有「UX 研究是必要的」這類聲音出現呢？這是因為時代日益變化，以使用者經驗為焦點的服務形成主流。在過去，市面上的產品或服務並不如雨後春筍般繁多，如果出現了一個功能豐富且效能優異的服務，有很大機率獲得市場高度青睞，備受消費者歡迎。但是，時間來到 2021 年，這個

時代裡存在著人們窮盡一生也使用不完、體驗不完的服務與產品。另外，這也是一個即使努力開發新功能，致力提高產品效能，也可能馬上被其他公司迎頭趕上，競爭異常激烈的時代。在這樣的時代背景下，與其他產品與服務相比，最能打動人們持續使用某一個服務的誘因正是，便於使用且體驗品質優異的服務。而且，以獲得良好的使用者體驗為前提，評估某項服務對於人類社會與地球環境是否有益，判斷該項服務是否符合永續性的理念，由廣大使用者主動選擇服務的時代已然來臨。

重視服務的價值

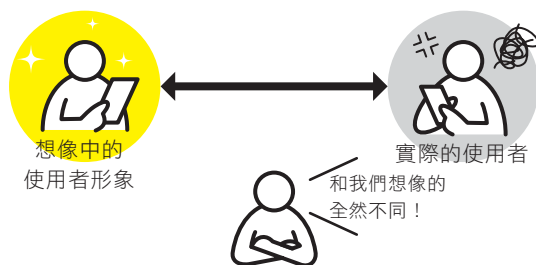
功能	實現必要功能	重視系統的 穩定品質
效能	以新技術或更優異的效能與他牌競爭	
易用性	服務對於使用者的易用性	重視人的感受
體驗 (UX)	重視使用者體驗的品質	
永續性	除了重視使用感受以外，也著眼於服務或產品的永續性	考慮除了使用者以外的更多面向

另外，一年比一年更加激烈的市場變化也加劇了這種趨勢。比方說，在筆者開始執筆本書的 2020 年，由於新型冠狀病毒肆虐，整個社會在一夕之間發生了天翻地覆的變化。以筆者從事的行動支付市場來說，對比 2019 年和 2020 年，行動支付的使用率就發生了大幅度的變化^{*3}。在這些劇烈的變化之中，有些事情是以過去的常識和調查結果也無法合理解釋的。

隨著提供行動支付服務的商家越來越多，使用者的多樣性也不斷增加。比如，當我們想針對「20 多歲的大學生、獨自生活的男性」這一屬性的人進行調查，在這些人之中，有人選擇以現金消費，也有一部人完全使用信用卡支付生活各種開銷，無論是哪種支付方法，人們的理由也是非常多元的。

*3: インフキュリオン「決済動向 2020 年 12 月調」
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000024.000031359.html>

如上所述，在重視體驗品質、市場風向變化、多樣性極高的情況下，作為提供服務的商家來說，要推測或想像什麼樣的人會在哪些情況下使用服務，這件事變得越來越困難。在這樣的時代背景與社會脈絡下，UX 研究的重要性更加不言而喻。即便認為「我們早就充分理解服務和使用者」，但實際進行了 UX 研究後，人們經常恍然大悟，發現「使用者和我們對服務的理解方式不一樣啊」、「和我想像中的使用者形象截然不同」、「得到了意想不到的全新發現」等收穫。筆者也在智慧型手機的行動支付產業中，每年以 100 多人為對象進行使用者研究，持續感受到使用者偏好、習慣與消費動態等變化，持續獲得全新的學習與回饋。



UX 研究的優點

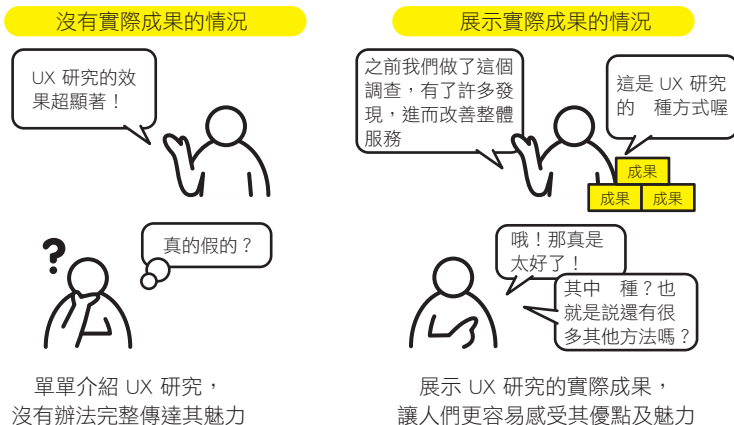
這一節內容將介紹實踐 UX 研究，深入瞭解使用者所帶來的幾個優點。筆者將從「發布前透過小的失敗獲得學習洞察」、「提升詮釋資料的準確性」、「可應用到組織架構中」等三個面向進行說明。

做出小的實際成果然後共享、推薦

即便是一個微小的成果，只要是確實而可見的，也能有效地讓人們感受到 UX 研究的效果。舉例來說，為了達成某個目標數值（如轉換率），某團隊正在規劃一則方案，試圖改善服務品質。這時，可以進行小規模的可用性測試，從測試結果中發現問題後，進而檢討與設計改善方案。另外，如果能利用 A/B 測試^{*1}，以具體的量化數字來證明改善方案的成效，更能讓人感受到可用性測試為團隊分憂解勞的價值。

*1：將欲測試的變因或假說分別做成 A 版與 B 版，利用一些工具進行比較，最後選擇目標達成表現較好的版本。

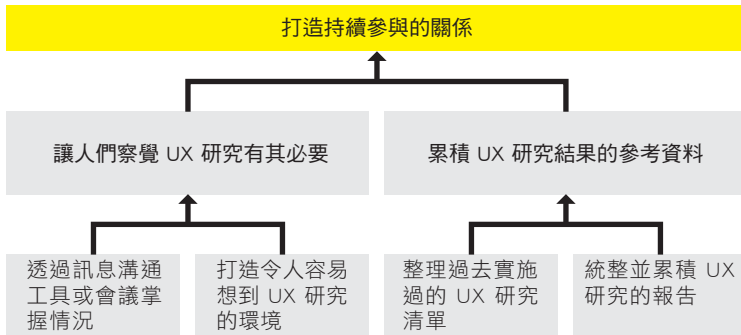
再舉一個例子，在某個團隊中，各成員對於使用者的想像有所分歧，在討論時很難達成共識。如果向這個團隊共享 UX 研究的結果，使人們對於使用者的形象變得更清晰、更加一致，也能促進更順暢的溝通。即便是對產品或服務沒有直接關聯或影響但同樣存在煩惱的團隊，也能間接感受到 UX 研究的正面效果。當這個團隊將他們所感受到的效果與其他團隊分享時，也同時展示了 UX 研究的實際效果。



階段	1. 速報	2. 報告會
焦點	重視速度	重視內容
參加人員	核心成員	全體相關人員
分享主題	逐一分享各受訪者的相關資訊	分享透過資料分析而得的洞察與見解
時間點	進入詳細分析階段之前	詳細分析之後
後續行動	詳細的分析與考察	產生新的構想或決策
形式	採對話形式	簡報／工作坊形式

打造持續參與的關係

努力吸引人們參與一次 UX 研究後，如果不能讓人們願意持續參與，在進行合作時也會變得越來越難。以下介紹打造持續參與的方法，說明如何察覺狀況與完善資料。



益。另外，每個人能夠記憶的範圍也有限，也容易忘記具體細節，所以為了將來的自己好，確實整理一下關於 UX 研究的資料。

另一方面，在累積和共享調查結果時也有需要注意的地方。例如，資料或數據可能過時已久，不值得參考，因此要定期整理維護。另外，因為任何人都可以查看調查結果，所以也可能出現有資料被斷章取義、隨意使用的風險。關於這一點，可以思考如何提升組織成員的資料素養，幫助人們瞭解如何正確解讀資料，在整個組織中普及研究倫理的相關知識。

讓更多人關注 UX 研究



在小範圍的成員之中建立持續參與的關係後，就會想要吸引更多的人參與。在這個階段，應該能利用目前為止所達成的實際成果，向人們傳達持續進行 UX 研究的價值了。更加自信地與更多的人們分享你的收穫。