

設計理論的剖析與批判

-主題-

購物商城

蝦皮 vs PChome

-組員-

曾婕芸 D1051976

高郁雯 D1051075

吳蕙安 D1018674

目錄

良好的設計.....	03
不良的設計.....	05

良好的設計

清楚的系統狀態

1. 貨況狀態的通知:

蝦皮會適時地更新商品的出貨時間，讓買家能確切地了解商品的目前狀態。

2. 加入購物車의圖示:

當使用者看到喜歡的商品且有意願購買，就可以把此商品先加入購物車，等到使用者逛完商城後，直接打開購物車查看他選的所有商品，得知商品當下的狀態。

3. 購買流程:

挑選想購買的商品->加入購物車->去買單->選擇付款、寄送方式->結帳，此流程為完成購買商品的方式。

使用者擁有控制權

1. 刪除購物車商品:

如果不小心將商品加入購物車，則使用者擁有控制權去刪除購物車裡的商品。

2. 取消訂單:

當使用者已經完成購買的情況下，想要取消訂單，則使用者可以操作系統的"取消訂單"服務。

有彈性及有效率的使用

1.再買一次:

當使用者想要再購買一次同樣的商品，可以直接點選系統的"在買一次"服務，就不需要重複同樣的購買流程。

2.點選賣家頭貼也能進到賣家網頁(快捷鍵):

如果使用者看到喜歡的賣家，想要查看賣場，直接點選賣家頭貼，此操作讓熟悉系統的使用者有效率的使用。

與PChome的比較

此系統無法只購買單一想購買的項目，必須一次性地購買購物車內的東西，是個沒有彈性的使用。

清楚的錯誤處理

使用者如果沒有按照系統的流程跑，系統就會跳出錯誤訊息來告知使用者，例如:沒有勾選商品就去買單，系統會跳出提醒通知。

不良的設計

與真實世界的對應

此系統使用只有該系統才會使用的名詞，如：蝦品輯、蝦時尚等等。使用者無法與真實世界進行聯繫，導致使用者必須點入該頁面才能知道其表達的意義。

錯誤預防

在買單之前，並未詢問是否確認買單，可能因手誤直接結帳。正確的錯誤預防應再買單前進行再一次地確認，而此系統並沒有提供使用者在確認買單之前的錯誤預防。

易於識別

看過的商品沒有紀錄，比如顏色上的區別。此不良設計會導致使用者反覆觀看重複的商品，或是多次加入購物車。多次加入購物車可能導致使用者在進行的時候，沒有注意到商品的品項多出，而多購買不需要的部分。

優雅簡潔的設計

在首頁的畫面，版面太過擁擠雜亂，沒有統一性的分類能夠找尋相關資訊。並且沒有將類似的資訊放在一起，標籤的地方，除了商品分類，還有其他的活動商品放在一起，使用者容易找不到主要目標。

與PChome的比較

此系統分類頁面簡潔，簡單整齊的分類商品，能讓使用者方便尋找需要的商品。

一致的風格

1. 直接購買 & 加入購物車

用戶在購買商品時，不理解這兩個選項的差別，懷疑是否意味著同一件事。一個是直接到購買頁面；一個則是暫時將商品放入購物車而已，可以繼續挑選商品，之後再到購物車購買。

2. 免運卷、折價券種類過於繁多

此系統給予許多的折價卷或是免運卷，但是種類和公用過於複雜多樣，卻沒有一個能夠分類的部分，免運和折價卷都放置在同一個地方，讓使用者不方便找尋和使用。

適當的說明

網頁指引並無提供太大的幫助，點進去會是眼花撩亂的商品介面，讓使用者搞不清楚這個清單下的商品有什麼特別之處。

與PChome的比較

此系統優惠標示清楚，對於感興趣的活動可以直接點選，例如信用卡支付方式，有很清楚的地方能夠點選，點選之後就有詳細的資訊。