

創作論述

揪 in us 互動揪團網站

陳文玲 陳 蕾 鄭家宜 羅文婕

摘要

夢想，很多時候只是成為一種「夢」，而非成為自己的生命歷程。我們鑒於此，起初希望藉由拍紀錄片與創造具媒合機制的平台，促使更多人一起努力完成不只是「夢」的夢想，因此團結完成共同目標與發展媒合平台是我們之後發想的源頭。現今大眾對揪團的印象僅限於團購衣食，遲遲沒有新的揪團概念，但大眾經常找朋友一起運動、念書等，在網路上甚至有網友於健康食品網討論區帶起「自發性減肥活動」，並有許多不認識的網友跟隨並迴響，因此本團隊發覺大眾對於「戰友」需求是不容忽視的。所以我們結合之前「希望更多人藉由這樣的平台能找到共同目標的人，並激發他們一起去完成。」的概念，加上揪團的想法，創造不同以往的揪團意念。我們提出三個功能來呈現我們的概念：1. 開團，並藉由社交網路於開團時寄發邀請給朋友。2. 連動行事曆，所有參與團體所設的任務將統一連動到行事曆，並設有提醒功能。3. 競爭視覺化，參與團員代表一艘船，頁面下有任務進度量表，供彼此互相監督進度，行事曆設有任務回報，連動團體競爭頁面。

關鍵字：社群網站、揪團、夢想、社交

陳文玲就讀國立交通大學傳播與科技學系，a1990115@yahoo.com.tw

陳 蕾就讀國立交通大學傳播與科技學系，may4686may4686.cts97@g2.nctu.edu.tw

鄭家宜就讀國立交通大學傳播與科技學系，twinkle998.cts97@g2.nctu.edu.tw

羅文婕就讀國立交通大學傳播與科技學系，yesiamjo@gmail.com

壹、設計背景與問題

世界上有很多事等待我們去做，且需要召集許多人一起完成，我們對此也許都曾有過目標，卻常常隨著時間鬆懈下來，甚至放棄，但如果能找到有相同目標者一起努力，在實踐的過程就不會孤單，更加有動力。如今我們要以類似遊戲的競爭方式，挑戰自我目標，讓每個人都能順利完成自己的夢想。

再來，我們覺得從個人的事情出發，才能漸漸擴張到與他人之間的連結。「我絕對不能輸！」相信很多人都有過打賭的經驗，因為和人打賭，而心生要贏的決心。我們的網站要讓打賭不只是口頭上說說，而是變得實際可行，且被記錄下來。

貳、競爭者分析

在進行網站詳細功能發想前，我們先調查現今網路中不同功能的揪團網站以及社交網站。

除了台灣，我們也網羅日本、大陸、美國等國際相關揪團、社交、資訊網站，期望從已存在的網站中，找出優點學習，其中大體分為四類，第一類是跟我們這次計畫的「揪 in us」相似的日本契約書網站 Sapota，第二類是揪團出遊網站，系統性的統計大家可以出遊的時間；第三類則是多元的社交網站，最後是提供特定資訊的各類網站，除了提供資訊還讓大家可以在網站上討論。

我們將分析此四類網站的特性和優缺點，並且對於相關功能做整理，最後再跟我們的「揪 in us」做比較，進行整體與 SWOT 分析。

（一）相關網站整體分析：

	開團功能	微網誌	邀請好友	建立契約	社群功能	行事曆	任務回報	遊戲競爭	媒合機制	版面設計
揪 in us	0	0	0	X	0	0	0	0	共同圖像	圖像
Sapota	X	0	X	0	0	0	0	X	個人	文字
Noder.tw	0	X	0	X	0	X	X	X	行動統計	文字
LinkedIn	X	X	0	X	0	X	X	X	工作類型	文字
Social networking	0	X	0	X	0	X	X	X	舉辦事件	文字
Habbo	0	X	0	X	0	X	X	X	group	圖像
Badoo	X	X	0	X	0	X	X	X	對象條件	圖像
健康維持網	0/X	0	X	X	X	X	X	X	無	圖像
Mashable	0	0	X	X	0	X	X	X	無	圖像
Buzznet	X	X	X	X	0	X	X	X	無	圖像
Last.fm	0	0	X	X	0	0	X	X	音樂	圖像

表 1 相關網站整體分析

• 圖表說明：

1. 開團功能

揪 in us 強調揪團概念（優），一改大家對揪團的想法，強調團結力量，並具媒合的機會。

2. 微網誌

Mashable 網誌分享（優），該網站將微網誌的功能做大，並以此為基礎做分享與交流。

3. 邀請好友

Badoo 邀請好友（優），專為交友網站，似現在的 facebook。

4. 建立契約

Sapota 建立契約（優），建立契約讓使用者更重視自己的目標。

5. 社群功能

Habbo（優）社群功能，建立虛擬社區，每個人具虛擬化與客製化的人物。

6. 行事曆

揪 in us（優）連動行事曆，將團體任務連動行事曆，讓使用者清楚知道自己每天的任務，並具有任務提醒功能。

7. 任務回報

揪 in us（優）任務回報可連動競爭頁面，除了有自

- 我成就，更可以讓團員了解彼此進度，監督彼此。
8. 遊戲競爭
揪 in us (優) 視覺化團員進度頁面，增加使用樂趣與揪團工作效率。
9. 媒合機制
Linkedin (優) 依工作興趣幫使用者尋找適合工作。
10. 版面設計
Habbo (優) 大量使用圖像，視覺化社群概念，部分滑鼠感應功能雖不良，但是直覺、資訊清楚的網站。

(二) 「揪 in us」SWOT 分析：

<p>S 優勢</p> <ul style="list-style-type: none"> • 視覺化 • 競爭模式互相激勵 • 階段化目標，使之可行 	<p>W 劣勢</p> <ul style="list-style-type: none"> • 功能過多 • 可能被設定為遊戲取向
<p>O 機會</p> <ul style="list-style-type: none"> • 朋友互相揪團的聯結力 • 尚未有相同功能的中文網站 	<p>T 威脅</p> <ul style="list-style-type: none"> • 已有許多不同目的性的社交網站。 • 大眾對於「揪團」為購買衣食印象。

表 2 「揪 in us」SWOT 分析

分析國內外相關類型的網站以及揪 in us 的 SWOT 分析後，我們進一步設計問卷給交通大學的學生與教職員填寫，調查各年齡層對於行事曆以及社交網站的使用狀況，根據結果設定本網站的目標對象。

參、市場分析

一、市場規模

2011 年台灣地區家戶上網比例達到 79.77%；近七成三（569 萬戶）的家庭已使用寬頻。台灣地區家庭寬頻使用比例，依家庭平均月收入來

看，以「100,000元以上」的比例最高，上網率達90.30%（84萬戶）；家庭經濟戶長的教育程度來，以大學學歷者上網率最高，達85.79%；在家中仍是以個人桌上型電腦為主要上網設備（89.72%）。家戶的連線方式，仍是以ADSL連網的62.4%為最高。在上網費用來分，以每月751~1,000元之支出最多，達28.01%。

近年來，上網人數越來越多，即使是平常面對面的同事、家人、同學、師長都會在網路上有所互動，透過網路無遠弗屆的特性，使用網路的人越來越多，社交網站、網路遊戲近年來更是蓬勃發展。

二、使用者定義

有使用電腦、智慧型手機習慣，並有待完成夢想及事項的人，預計吸引族群為15~24歲年輕族群。

1. 目標使用者特性

- 15~24歲年輕族群
- 有固定使用網路的習慣
- 有目標和計畫待完成
- 勇於嘗試新鮮事物
- 對自己喜愛的人事物懷有高度熱誠和熱情

2. 目標使用者需求

社會上總是有著滿腦子的想法以及滿腔熱血的一群人，其中當然也有較為被動的人們，常常因為一些因素，在實現目標的路上卻步或怠惰，而這樣一群人其實有著共同的需求，重視同儕關係，渴求認同。

- 利用群體的力量激發自我潛能、燃起鬥志和熱情
- 需要為目標做計劃，以踏實地築夢
- 需要一些專業或非專業的建議和秘訣
- 成就自我，實踐理想，達到滿足

在歸納出目標對象後，我們進入網站詳細功能規劃，並參考之前網站功能分析，詳細規劃出我們主要的三個功能：行事曆、塗鴉牆、遊戲競爭，並製作功能紙卡，詢問不限於交通大學的使用者作測試。

肆、問卷結果分析

- 問卷蒐集時間：9/20(二)～9/22(四)，為期三天
- 網路問卷共有 61 份（透過 bs2, ptt 以及 Facebook 轉貼等管道）
- 紙本問卷共有 34 份（針對教授、行政人員、碩博士生、服務業進行調查）

1. 行事曆使用工具調查

- 紙本 41.98%
- 行動裝置內設軟體 30.86%
- 電腦軟體 27.16%

雖然紙本為多數，仍有使用行動裝置和網路的需求。
→數位行事曆具有發展潛力

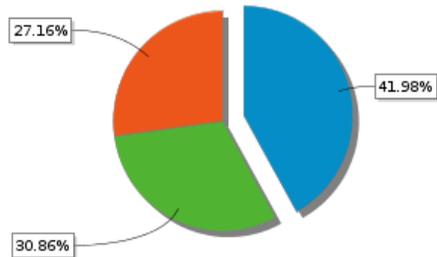


表 3 行事曆使用工具調查

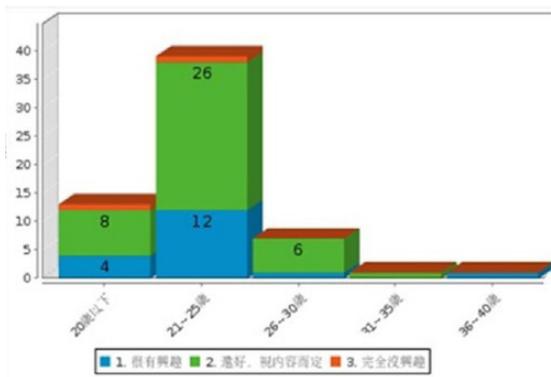


表 4 以行事曆為主網站軟體之興趣調查

2. 以行事曆為主的網站軟體之興趣調查

- 30.76% 很有興趣
- 66.67% 保持觀望
- 2.56% 完全沒興趣

3. 以揪團為主的網站軟體

- 30.76% 很有興趣
- 61.54% 保持觀望
- 7.69% 完全沒興趣

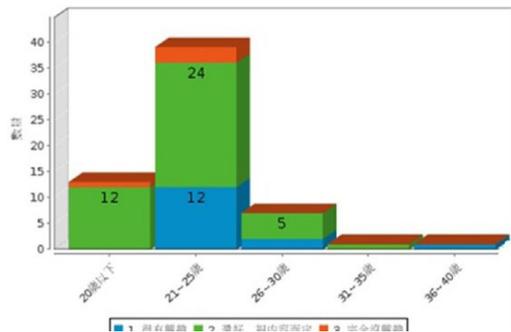


表 5 以揪團為主的網站軟體

4. 受測者計畫態度調查

- 我喜歡一個人實行計畫
- 當別人和我有共同目標，我希望知道別人的計畫
- 我覺得與人良性競爭會讓我更積極地實行計畫
- 我喜歡跟志同道合的人一起完成計畫

→ 超過半數的受測者選擇上述選項，除了第一項，其他選項皆能說明，受測者在實行計畫時脫離不了人群。

5. 在團體扮演的角色

- 我會按照團體規範和計畫，按部就班完成。
- 我喜歡讓團體保持溝通暢通，促使團員積極參加活動。
- 我會在不同意見中尋求折衷辦法

→ 超過半數的受測者選擇上述選項，顯示受測者多會順從團體，且融入團體中

6. 目標族群習慣調查（21-25 歲）

- 80.33% 有使用行事曆的習慣
- 66.67% 會為目標依時間製作計畫表、設計階段性步驟與目標
- 96.72% 1 天使用電腦上網 1 次（含）以上

7. 結論

- 良性競爭模式在年輕族群可接受
- 加入的團體類型依年齡而異
 - 年輕人喜愛娛樂，長者喜愛學習技能類
 - 團體加入原因以社交為主要驅力

決定完我們目標對象之後，開始針對網站功能進一步發想，並製作網頁、功能紙卡，並尋找各類別（經營、學習、運動、戀愛、公益、經營）的目標對象，進行相關訪談，並希望受測者給與意見：

• 受測資料

受測者	A	B	C	D	E	F	G
職業	學生	學生	教師	學生	學生	學生	學生
特殊背景	AIIESEC 總會 MC 部門副會長	準備考 GRE 的學生	清大清華學院厚德書院導師、參與過許多社會運動	大學畢業後想創業	考生 (研究生)	系女籃隊長	系學會會長
測試類別	經營	學習	公益	經營	學習	運動	校園
功能建議	1. 加成員步驟混亂 2. 任務「增減」不用寫，用圖 3. 畫畫功能不需要	1. 指派與關鍵任務有疑問 2. 希望有獎勵機制 3. 希望完成一個階段任務有鼓勵動畫	1. 對類別再做更詳細分類 2. 行事曆結合 google 3. 希望有獎勵機制	1. 加成員可以用 FB 的朋友 2. 增加成員搜尋功能 3. 使用說明做成影片，並分類 4. 發問有預設問題 5. 行事曆加甘特圖 6. 鬧鈴功能加上 FB 訊息，並結合手機 app	1. 船隻客製化 2. 事後完成任務需用紅色標示 3. 可丟訊息給他人	1. 搜尋功能需更精緻 2. 可選定任務標記	1. 進入不知要做甚麼 2. 加成員可以用 FB 的朋友 3. 希望可以結合其他行事曆 4. 與 fb 社團做連結
流程建議	1. 非同時加入團體的成員，進度前後如何評斷？ 2. 關鍵任務，無法與量表連結			團體簡介須有按鈕「看詳細」的按鈕	1. 建立團體應改為開團 2. 使用者沒完成即關閉須提醒。	1. 新興團體和達人分享的版面排版讓人容易搞混	競爭介面意涵不直覺
介面建議	1. 剛進入看不懂 2. logo 不明顯 3. 不了解 % 的意義	1. 剛進入不知道要幹嘛 2. 介面像 FB	1. 不了解競爭頁面 2. 任務計算 % 數複雜	1. 建立任務加上編號 2. 週期性任務加進期限，不然另外按按鈕不直觀			
其他	1. 對領導人來說，需要指派 2. 企業應該不會用	希望團體還有個別限制	社會運動有自己隱密的運作方式，此網站不大會用到			練球、運動是即時的不大會用到	

表 6 受測資料

測試完後，針對以上使用者建議，我們進行功能的刪減與簡化，經過一再討論功能實用性，我們討論出現今版本後，即開始設計網頁，並繪製數位化網站功能流程圖。

伍、成品簡介

一、網站介紹

「揪 in us」為一個新研發的揪團互助網站，核心價值是「揪團圓夢」和「按部就班」。藉由主揪為共同目標制定任務，以遊戲競爭方式，互相激勵，再結合行事曆與提醒等功能，整合每一項自己參與團體的任務，每分每秒提醒自己下一步要做什麼！

揪團不限任何類型，不管是朋友之間揪每天運動，一起減肥；還是陌生人想一起變成考試的戰友，甚至是想要辦個模擬約會，「揪 in us」都會是有助於完成目標的工具網站。

- 首頁：



圖 1 網站成品首頁

首頁可到達個人頁、團體頁、或是進行開團。主畫面中有正在進行團體圖示以顯示最新團體，包含學習、公益、校園、運動、經營、戀愛等類型。待完成任務後進行達人分享，讓更多有類似目標者可依循成功方法繼續實踐目標，其分享依團體類型分類見於首頁下方。右上方灰格子隨機顯示追蹤名單加入的團體，下方則是最佳人氣前三名，顯示最多人加入的團體。

• 個人頁面：

此頁主要功能為右邊的個人週曆，可供使用者自行新增任務，並同時顯示加入團體而被指派的任務，也可以為任務設提醒，利用 email、Facebook 訊息提醒，逾期任務則統一顯示於個人顯圖下方。頁面中間上方則可看到自己加入的團體列表。中間下方則是塗鴉牆，包含自己、加入團體及追蹤名單的留言。



圖 2 網站成品個人頁面

• 團體頁面：

航海進度圖為主要功能，已完成任務為分子，被指派任務總數為分母，因完成度不同而有船的前後差別。右邊浮動區塊供使用者勾選該團體的未完成任务，可選擇收放。下方塗鴉牆供團友留言或者上傳檔案，同時頁面右下方設有公告，主揪可以藉由公告讓全體團友得知重要事務。



圖 3(右) 網站成品團體頁面

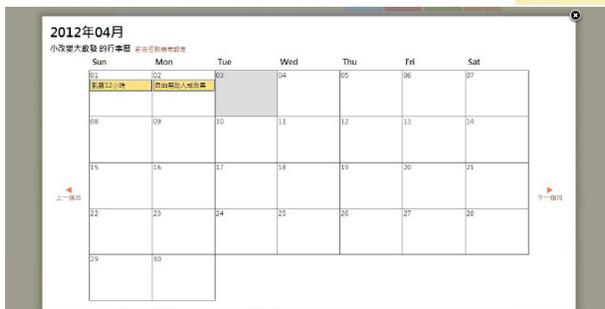
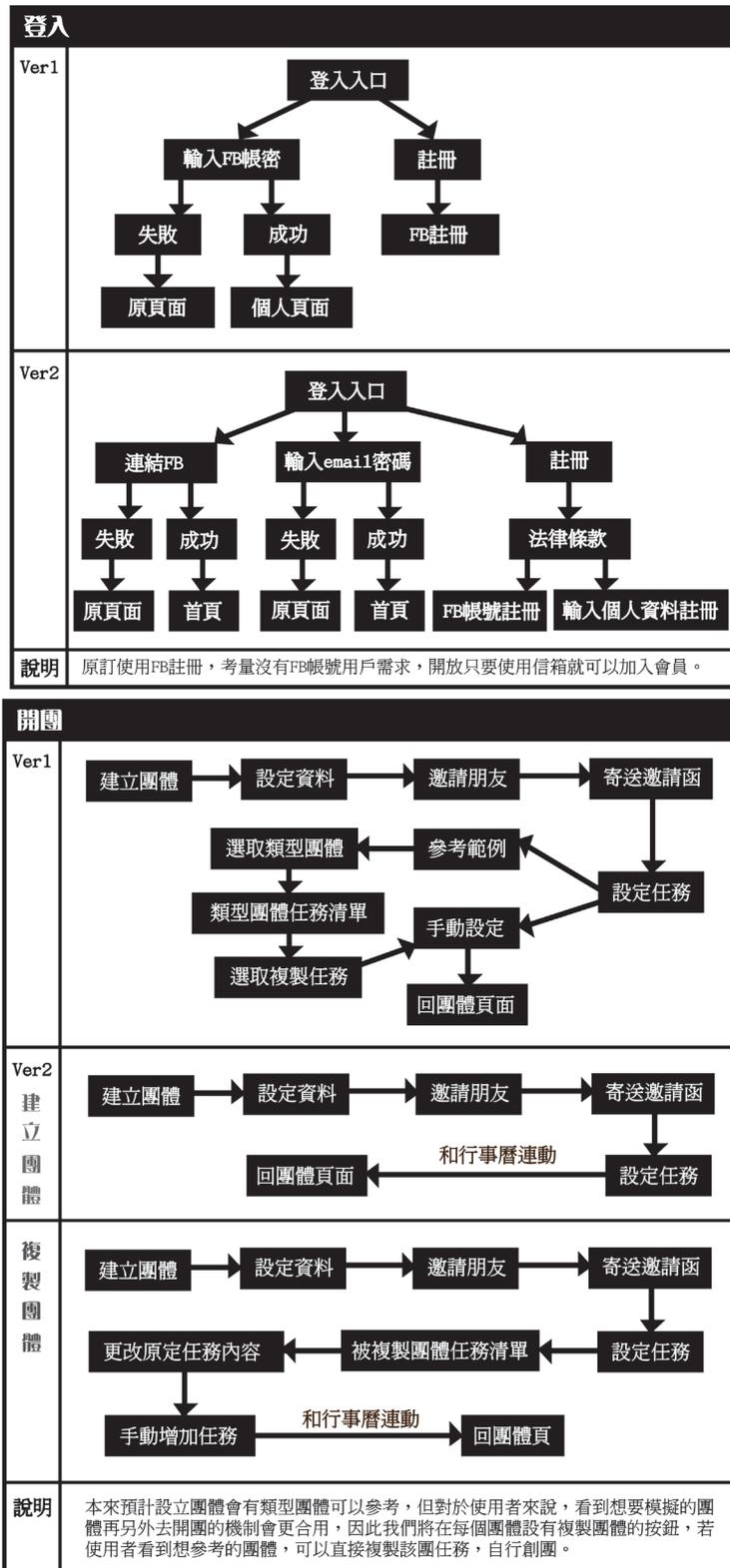
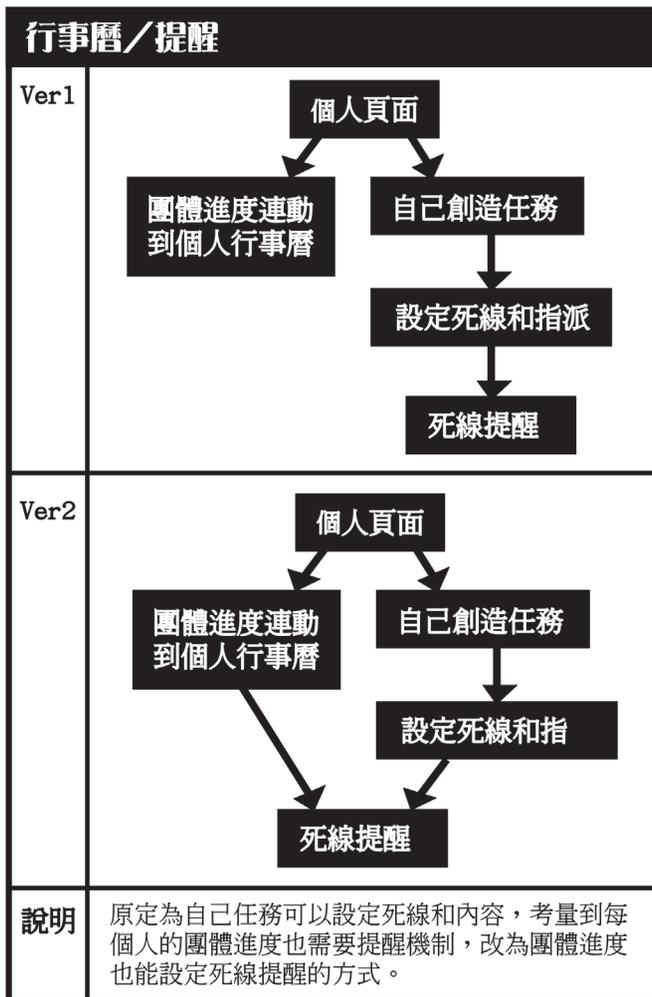
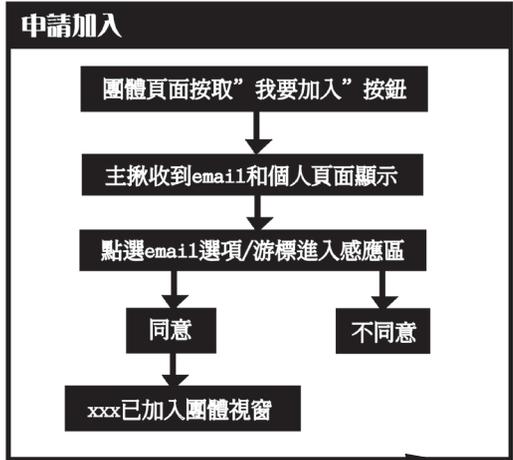
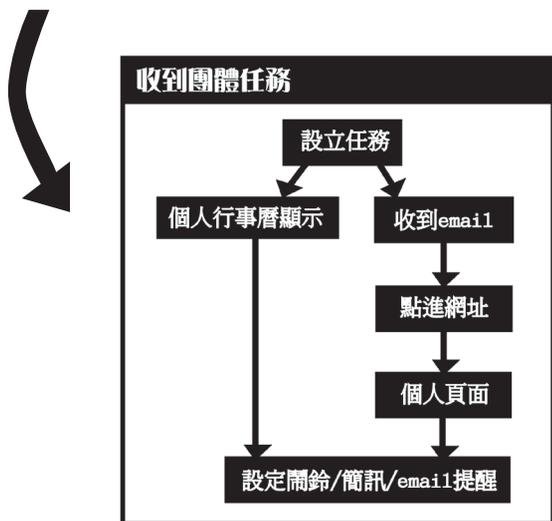


圖 4(左) 網站成品任務行事曆
團體頁另有團體的任務行事曆，讓所有任務一目了然。

二、功能流程圖







陸、結論與未來動向

在網站開發與觀察使用的狀況下，檢討相關功能的缺失，我們提出以下改善方向，並期望之後能夠結合多項功能，使網站核心概念可以更普及並增加使用方便性。另外，最後提出未來可以轉型發展以及擴及的對象，希冀可以再創造出更多揪團的可能性與發展性。

一、功能改善方向

• 首頁清楚性

進入首頁即須讓使用者了解網站主要功能與特色，因此首頁是否可以兼顧視覺化吸引人與資訊傳達清楚的效果，須做好衡量。

• 揪團過程再簡化

開團過程繁複，尤其以建立任務的部分，需要更直覺化，符合大眾對於「揪團」是簡單、輕易的印象。

• 客製化船造型

競爭頁面上線後，許多使用者反映視覺化的競爭頁面很有趣，但代表自己的船似乎有點簡陋，希望可以創造專屬自己的船隻，增加網站歸屬感。

• 行事曆與他站結合

智慧型手機使用戶日漸增多，線上行事曆也趨於廣泛，因此揪 in us 中的行事曆能否統合其他網站行事曆，如：手機行事曆應用程式、GOOGLE 的線上行事曆等，會影響使用者對於本網站行事曆的頻率。

- 簡訊功能的研發

在提醒功能本欲結合簡訊，讓使用者在設定時間會收到提醒簡訊，然而這項功能牽涉到通訊與通訊費用的問題，因為未將此功能正式納入企劃中。現今智慧型手機應用程式發達，如有網路即不用花費電信費的 What's app，同時在功能測試時，許多使用者認為此功能相當不錯，因此未來可以朝這方面發展，實行當初未能結合的功能。

二、未來動向

- 製作智慧型手機應用程式

揪 in us 適合為目標作規劃，同時我們擁有提醒功能連結發信，並且現今擁有智慧型手機的人口越來越多，智慧型手機相關應用程式也日新月異，因此我們認為未來可以研發智慧型手機應用程式，並且可以更強化與改善原先功能上的不足。

- 深入論壇或討論區

網路上具許多主題性論壇，如分享托福考古題等主題，因此深入論壇，並引起討論，可以刺激更多揪團可能性與可看性，是未來可以嘗試的方向

- 推廣學習相關類別的使用

本網站在功能上，對於學習類別，如考試，相信是有一定的幫助，因此除了繼續在校園內做宣傳外，可以推廣至相關的業者。

- 戀愛類別的使用概念創新

揪團的概念與戀愛類別具反差性，不過近年流行的「那些年，我們一起追的女孩」，揭示戀愛與揪團的可能性。