個案研討： 自動售票機

**一張含有 文字, 室內, 天花板, 地板 的圖片

自動產生的描述**

**以下為一則新聞報導，請就此事件加以評論：**

* 台灣設計研究院與台北捷運合作，針對中山捷運站進行優化改造，包含詢問處、售票機台等等。週二首先亮相「售票機」的改造成果，立刻在網路上引起討論，有人讚美設計很有質感；但也有乘客抱怨，原本每座售票機上的地圖改為，頂端長條地圖，位置太高不方便看、使用介面也太簡化。

人來人往的中山捷運站，有了嶄新的售票台，深灰色布景，簡潔俐落的介面，呈現通透明亮的開放感，周二正式亮相。

與原本售票台相比，整體設計富有質感，將機台種類以功能區分，調整位置，團隊表示設計理念是建構旅客由遠到近的觀看脈絡，更將地圖往上挪移。

純文字介面，看起來更簡潔明瞭，但沒有icon，乘客認為缺少直覺反應，也點出螢幕選項，與機台上寫的「定期票、單程票」位置對不起來，而地圖文字尺寸跟擺放高度，得抬頭或後退看，也不太方便。另外還有ENG、LISH，空格呈現更讓民眾覺得疑惑。 (2022/10/20 民視新聞台)

**傳統觀點**

* 消費者意見：「其實這個顏色跟整個捷運的色系蠻搭的，但是上面那個捷運圖有點小，我覺得可以放大一點之類的。」、「過去的介面可能有icon，但現在的比較沒有icon，所以其實我點選沒有那麼直覺，還有它跟上面的那個是對應不太起來。」
* 消費者意見：「不曉得那是票價，因為這個號碼前沒有價錢符號，如果說有寫有一個地圖說，我從這裡到哪裡點了之後顯示多少錢，在香港或是其他地方是這個樣子。」
* 設計團隊也到場了解，感謝各界鼓勵與指教，將根據所有回饋進行調整，預計在11月7日完整推出，希望給捷運中山站一個完美變身。

**人性化設計觀點**

這是典型的設計師盲點。或許是由於設計師的專業訓練過於重視美學觀點，你不看新設計的深灰色布景，簡潔俐落的介面，呈現出通透明亮的開放感！與原本售票台相比，整體設計富有質感，將機台種類以功能區分，調整位置，團隊表示設計理念是建構旅客由遠到近的觀看脈絡，更將地圖往上挪移。另採用純文字介面，看起來更簡潔明瞭。可惜的是設計師常常忽略了人性因素，美則美矣，未能考慮消費者實際使用上的方便和需求，所以大家並不覺得好用。

我們首先必需掌握的是：什麼是買票的消費者最重要的訊息？他們實際上是怎麼在使用的？新聞報導中有乘客指出：原本每座售票機上的地圖改為，頂端長條地圖，位置太高不方便看、使用介面也太簡化、沒有icon，缺少直覺反應、螢幕選項與機台上寫的「定期票、單程票」位置對不起來、地圖文字尺寸跟擺放高度，得抬頭或後退看，也不太方便、還有ENG、LISH，空格呈現更讓民眾覺得疑惑。

台灣設計研究院的設計團隊也到現場了解，並感謝各界鼓勵與指教，將根據所有回饋進行調整。我們不禁要問？為什麼整個設計團隊設計前沒有想到這些？設計後團隊中為什麼沒有人提出相關意見？現在出現的問題正顯示該設計團隊的盲點，要怎麼改才能設計出符合消費者需求的作品？是不是該認真思考？

同學們，你自己曾經遇到什麼優良設計或問題設計的例子？請提出分享討論。