

【全球化下人工智慧科技創新的新挑戰】

演講主題：數位時代的創新體驗

講者姓名：黃彥嘉 執行長 / UX Testing

主持人：林勤富助理教授、劉漢威助理教授

日期：2017 年 12 月 11 日 12:30 – 14:00

地點：國立清華大學名人堂

講者簡介

黃彥嘉執行長是 UX Testing 的負責人。而 UX testing 從一個參加創業競賽的團隊開始發跡。黃執行長的團隊，是 Tech Stars 競賽中，第一個由全台灣人組成的獲獎團隊。黃執行長事後分析錄取關鍵，認為重點在於：組成多元—相較於多數團隊都由工程師組成，黃執行長的團隊來自各行各業—；以及工作經驗—團隊的成員多數已有創業經驗—。黃執行長也說明經驗的重要性，在競賽中，他結識了一位 52 歲的大叔。有別於新創事業專屬年輕人的印象，這位大叔引起了黃執行長的注意。由於曾經創立五間公司，並賣出了五家公司。這位大叔累積的經驗減少失敗的可能性，也使得創業結果更符合需求。

Marketing 4.0

黃執行長提出了一個成功的方程式：「Product + Solution + Service + ? = Success」。他認為缺少的「?」，就是使用者體驗（User Experience, UX）。所謂的 UX，就是用電腦瞭解使用者的感覺。例如：透過分析表情、交易的資料，了解用戶，提升用戶的體驗。黃執行長以中國與美國兩個國家提供訂交通票券服務的 APP 為例。中國版的介面功能性高，一個頁面中所有選項一應俱全；而美國版的介面極具設計感，較為美觀。然而，哪一個 APP 給予使用者的體驗比較好呢？其實我們無法知道答案。因為不同的使用者、不同的文化背景、不同的需求……等等的因素，都會對於使用者體驗造成影響。因此，使用者介面（User Interface）並不同於使用者體驗。也因為 UX 的研究中，需要對於個別使用者進行分析研究，很多從業人員具備心理、社會學的專業。

WHY UX?

為什麼需要重視使用者體驗？黃執行長表示，依據研究統計，當使用者經歷壞的體驗後，高達 88% 的使用者不會再使用該 APP、不再造訪該網站。因此，如何改善使

用者的體驗，將會影響到將近 9 成的使用者未來的使用習慣。根據統計，每在 UX 上投資 1 美元，可以得到 2-100 美元的回報。此外，高達 7 成的研發計畫會失敗，並不是計畫本身的技術或是概念不佳，而是缺乏 UX 的研究，不受到使用者認同。

另外一個支持 UX 重要性的理由是：擁有好體驗的使用者中，58% 會推薦其親友使用，成為另類的曝光與廣告；更重要的是，由於消費者缺乏耐心與忠誠度。感受到壞體驗的使用者，89% 會改用競爭者的產品。

How to change your mind from UX to UI

接下來，黃執行長說明如何將從 UX 研究中獲知的知識，反過來利用在使用者介面的改善上。他表示：使用者真正關心的是如何用最簡單、最快速的方式去完成他們計畫完成的事情。因此，必須要實際去研究個別使用者的體驗，才能夠正確的獲得相關資訊。

以 UX Testing 為例，UX Testing 的優勢在於靈活而有效率、透過遠端測試的方式，獲得全球使用者的數據、並從具有代表性的使用者案例中，獲得客觀的結果。例如，UX Testing 的客戶之一：荷蘭皇家航空 (KLM) 雖然有專屬的 APP，但台灣人利用該 APP 訂票的比率卻很低。UX Testing 透過遠端分析臉部情緒，可以快速獲知使用者情緒波動的時刻，同時比對 APP 中的畫面，快速了解引起使用者情緒波動的原因。也因此發現，原來是每當切換畫面後，使用者都必須重新設定貨幣幣別，來回數次後讓使用者生氣而放棄訂票。

另外，黃執行長也指出，這樣的辨識系統目前仍有一些技術問題尚待克服，例如：種族、文化的差異，也會影響分析的結果。舉例而言，UX Testing 的技術在分析歐美文化的使用者時，由於這些使用者通常反應較大、叫戲劇化，因此容易辨識；反之，在分析印度文化的使用者時，遇到了困難。他說，印度人的搖頭分為三種：大搖表示開心、小搖表示還可以、微微搖晃則表示不確定且有可能打算拒絕；而亞洲女性的反應較為含蓄，或是常常以翻白眼表示不滿的情緒，由於翻白眼的動作較為細微，城市目前還不容易辨識。

接下來，黃執行長又舉了兩個例子，讓聽眾了解 UX 的應用。第一個例子是美國 PNC BANK。相較於台灣的金融 APP 傾向於整合多項功能於一身；美國的金融 APP 通常每一個 APP 只負責單一業務。原因在於美國較為地廣人稀，會在開車時使用 APP。因此，必須要簡易好用，如果功能太過複雜，開車族容易發生危險。

另一個例子是瞄準銀髮族女性市場的加拿大電商 Shopify。這家電商發現有許多使用者在購物車頁面以及交易頁面來回超過三次，最後卻沒有購買。透過 UX 深入了解之後才得知，由於過去的網路購物頁面需要選擇信用卡的種類（如：Mastercard, Visa），但隨著技術的進步，付費介面能夠自動辨識，就移除了該選項。但這些銀髮族女性並不了解，以為網頁故障，所以就來回很多次尋找，最後索性打消購物的念頭。後來 Shopify 在進入交易介面前顯示：不再需要選擇信用卡種類的訊息，大幅的提高了成交的訂單。黃執行長說，這個例子很明確的顯示出了，有時候並不是功能上的問題，而是體驗上的問題使得使用者不願意利用產品。這再次凸顯了 UX 的重要性。

生涯、職涯分享

最後，黃執行長以學長的身份，向同學們分享自身的生涯、職涯經驗。他以自身在荷蘭經驗的為例。對於歐洲人來說，從西班牙到荷蘭讀書，是再平凡不過的事情，卻曾經讓彥嘉學長感到驚訝。他才發現，原來是因為台灣太小了，可能從台北搬到新竹就要想半年。空間上的格局，也會影響到思維的格局。

再者，他認為跨文化的交流對於公司成長有著重要的影響。UX Testing 的文化、族群多樣性極高，使得不同文化的交流能夠激盪出不同的工作成果。因此，彥嘉學長表示，在這樣的環境中，語言就是極為重要的能力。

最後的最後，他告訴同學們，雖然台灣給的選擇很少，但不要否定自己過去的選擇。他認為，每個現在學的知識在未來都會有幫助。而最重要的事情就是願意去學習。鼓勵同學們常保學習的熱情。

Q&A

問：如何改變台灣的 UX 文化？使用者體驗分析的代表性？

答：需要時間。質化研究，再透過改變，分析新版的使用者體驗數據是否優於前者。

問：UX testing 是否有競爭對手？優勢是什麼？

答：創立時 1 家，現在有 70 幾家。當你有一個 idea 時，全世界一定有一個人跟你想的一樣。比的是執行以及速度。黃執行長以自家的 customer service 為例。說明客戶服務就是台灣的優勢。他認為業務成功的最後關鍵在於「軟」的部分。舉例而言，文化的差異讓行銷有很多差異。與美國人談生意，十分注重 small talk。而第一次 meeting 時，如果一味的談論正事，會讓客戶感到無趣而不願合作。因此，通常第一次 meeting，重心都會放在閒聊上，不能讓客戶覺得你太無聊。

問：請問創業的資金來源？

答：家裡日本料理店的常客，成為了天使投資人。你永遠不知道機會從哪裡來，因此要時常 follow up 以維繫人際關係。

問：請問 UX Testing 是第一個 idea、第一間公司嗎？

答：是，目前還沒有失敗過。黃執行長建議要常保好奇心。例如他剛創業時，其法律背景相較其他技術背景的夥伴沒事做，就意外發展出了線上 review 合約服務。

問：請問團隊的背景與特質？

答：團隊合作一定會有理念不合、或是生命中的意外。黃執行長的團隊成員來自不同領域，包括：工程師、設計師、行銷專業。黃執行長說，最重要的是如何培養團隊能力並連結資源。

問：現在的學生面臨未來與新創或是就業有關係的事情，要培養、具備什麼特質、能力？

答：黃執行長認為，清華學生的優點在於 teamwork 好；Creativity 不是很多；執行很強；創業性輸了一些。他建議可以多與外籍生互動、參加實習、多交友、培養語言能力。藉由這些方式增進自己的能力。