愷偲品牌企劃｜專案企劃 客戶需求的產品規劃與跨專業交付

2019.01 — 2020.05

任內主軸

將客戶的商業需求，轉為設計、工程與供應商可執行的規格與交付方案

25 件
客製化網站專案

13 篇
官網代表案例文案

2 個
交易與產品網站上線

當時的核心問題

客戶需求橫跨網站、交易、品牌與實體媒介

交易、預約與大量產品資料的規則須於開發前釐清

設計、工程、影像、印刷分屬不同專業與供應商

多案並行，提案、修訂、交件與報價同時進行

業務情境

品牌企劃公司，承接企業客戶的品牌識別、形象與產品網站、交易與預約平台、型錄包裝印刷、形象影像、場域應用與展覽專案。

工作方向

先釐清客戶的商業目的與規則，再轉為前後台流程與規格；品牌專案先確立方向，再延伸至各媒介；提案、修訂、驗收與交接由本人對客戶負責。

角色與權責

獨立承接客戶需求：負責需求訪談、前後台功能與架構規劃、UI Flow、Wireframe 與規格，向客戶提案，並協調開發、測試、驗收與後台教學。視覺設計、程式、影像與印刷由各專業人員執行；商業規則與提案的採用由客戶決定。團隊初期為唯一的 PM，後期負責新人帶教。

工作線與交付狀態

任內正式上線

精品租借與二手交易平台	前後台開發、測試與教學
板材選型網站	建材展前上線

交付、發表與實行

寵物品牌跨媒體整合	識別、網站與各項應用
茶業、展架、建案等客戶方案	提案與設計依據
官網代表案例與 News 撰寫	公開發表
新人帶教與提案品質機制	任內實行

完成規劃與提案

露營區預約規劃	需求、流程與提案
精油品牌香味輪選購流程	功能規劃與視覺提案

客戶與第三方名稱已去識別化

服務架構與專案流程：客戶、企劃與專業製作三方接力

客戶
需求與決定

提出商業目的與呈現需求 → 決定商業規則與品牌偏好 → 確認提案 → 驗收

客戶的需求與規則，轉為規劃內容與提案

本人
專案企劃

需求訪談與盤點
目的、限制與優先序

→ **功能與架構規劃**
UI Flow
Wireframe Spec

→ **提案與修訂**
規則與替代方案討論

→ **製作協調**
排程、報價與成本

→ **測試與驗收**

→ **交接**
後台操作教學

規格與設計依據交付各專業製作，完成後進入測試與驗收

專業製作
設計、工程、廠商

視覺設計
設計師

程式實作
工程師

攝影與影片
影像團隊

印刷與施作
外部廠商

任內專案類型與件數

客製化網站	25 件
品牌應用系統	10 件
包裝設計	6 件
靜態與動態攝影	6 件
一頁式與套版網站	4 件
書本簡介	4 件

專案以外的工作

對外內容 官網代表案例與任內 News 文章撰寫

團隊 新人教學、派工、追蹤與審稿

客戶與第三方名稱已去識別化

需求轉為規格的工作方法：先釐清規則，再進入設計與開發

適用的專案

交易、預約與大量產品資料的網站：前台畫面背後另有容量、計價、狀態與後台營運的規則。

核心課題

僅依前台畫面規劃，無法涵蓋規則衝突與後台營運；規則須於進入設計與開發前釐清。

決策與權責

客戶 商業規則的決定

本人 將規則整理為可設計、可開發的內容

設計師與工程師 視覺設計與程式實作

1. **需求訪談與盤點**
   商業目的、限制與優先序
2. **顧客流程與營運端項目分開盤點**
   前台的操作步驟；後台須管理的項目
3. **列出規則與例外情境**
   可用性、計價、狀態衝突、取消與變更
4. **向客戶提案並確認規則**
   討論替代方案，依回饋修訂
5. **整理為 UI Flow、Wireframe 與 Spec**
   交付設計師與工程師作為實作依據
6. **測試、驗收與後台教學**

各案於開發前釐清的規則

精品租借與二手交易平台	租借起訖日期與可租判定
	已租、已預訂、已售的狀態與重疊處理
	押金、付款與退款條件
板材選型網站	空間情境與材料、花色兩種查找入口
	材料的分類方式
	後台由客戶自行維護的範圍
露營區預約規劃	日期可用性與營位數量限制
	方案計價與附加項目
	取消變更、通知與例外流程

客戶與第三方名稱已去識別化

精品租借與二手交易平台：共用商品資訊，租借與購買分為兩條流程

原本問題

平台同時提供精品租借與二手購買。使用者需能瀏覽、搜尋、登入與下單，後台需管理商品、租借日期、可用狀態與訂單；租借涉及押金與退款，購買則有不同的付款與履約條件。

核心課題

共用的商品資訊與分流的交易規則如何兼顧。

做法與取捨

商品資訊共通，交易流程分開

展示使用同一份商品資訊；租借與購買各有操作流程、表單與訂單語意。

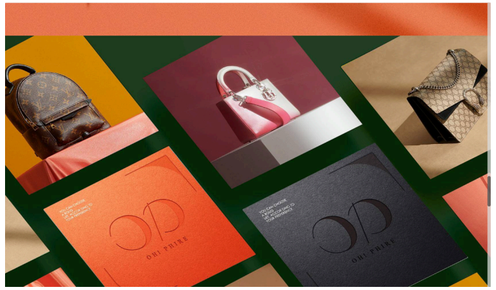
優先處理日期、可用性與狀態

規劃重心放在兩種交易共用商品時的狀態判定；金流、權限與後台一併討論。

以 UI Flow、Wireframe 與 Spec 交付

作為設計師與工程師的實作依據。





平台商品：精品包款



租借流程的三個步驟

回顧時補訂的衡量方式

有效租借完成率

有效購買轉換率

租借重疊率

決策與權責

本人 流程與規格、客戶提案、驗收與後台教學

客戶 交易條件與業務規則

設計師與工程師 視覺設計與程式實作

交付狀態

前後台完成開發，任內正式上線

案例畫面為公司官網公開發表的作品

板材選型網站：情境導覽與材料分類並行，後台由客戶自行維護

原本問題

板材的材質、花色與應用情境繁多。僅依產品逐項陳列，瀏覽者不易從空間需求理解板材，客戶維護大量資料也有負擔；網站另須配合建材展的對外展示時程。

核心課題

訪客的查找路徑、分類方式與後台維護彈性須同時成立，並於展前完成。

做法與取捨

空間情境與直接選型兩種入口並行
比較兩種入口後，規劃上兼顧情境展示與材料、花色分類。

後台維護彈性與管理複雜度
內容須由客戶持續更新，同時控制後台的管理複雜度。

配合展期安排里程碑
展前完成對外可用的版本。

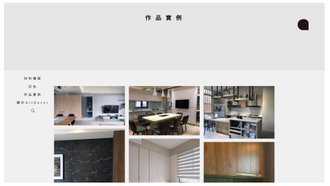




依花色選型



依材料種類選型



作品實例：空間情境

回顧時補訂的衡量方式

查找任務成功率

搜尋與篩選零結果率

後台更新一筆資料的耗時

決策與權責

本人 架構與規格、客戶提案、驗收與後台教學

客戶 品牌風格、營運需求與資料內容

設計師與工程師 視覺設計與程式實作

交付狀態

建材展前正式上線，完成客戶後台教學

案例畫面為公司官網公開發表的作品

露營區預約規劃：顧客預約流程對應容量、計價與例外規則

原本問題

客戶需要將露營區預約轉為數位流程，讓顧客選擇日期、方案、人數、營位與附加項目後送出訂單；營運人員同時須處理容量、訂單、取消變更與異常事件。

核心課題

預約畫面以外的容量、計價與後台營運規則，須於進入開發前釐清。

做法

- **顧客流程與營運端項目分開盤點**
- **整理為 UI Flow、Wireframe 與功能規格**
- **以提案與客戶討論不同做法**

顧客的預約步驟		對應的營運規則
1 選擇日期	→	日期可用性
2 選擇營位	→	營位或空間的數量限制
3 選擇方案與人數、數量	→	方案價格與計價
4 加選附加項目	→	附加服務與訂單條件
5 送出訂單	→	支付與預約條件
6 訂單成立後的取消與變更	→	取消變更、通知與例外流程

營運後台 預約查詢 預約處理 預約管理

回顧時補訂的衡量方式

- **預約完成率**
- **重複訂位率**
- **每筆訂單的人工處理時間**

決策與權責

- **本人** 需求轉譯與規劃內容的提出
- **客戶** 營位政策、價格與取消規則
- **設計與工程** 預定的實作團隊

交付狀態

完成需求、流程、功能規劃與客戶提案

客戶與第三方名稱已去識別化

寵物品牌跨媒體整合：親和感與高級感分由不同載體承接

原本問題

寵物旅店與照護品牌希望讓飼主感到親近安心，同時傳達高級、專業與尊榮的服務。識別、網站、印刷、場域與影像若各自發展，可愛與質感的印象容易相互牴觸。

核心課題

兩種品牌感受如何並存，並於多個接觸點維持一致。

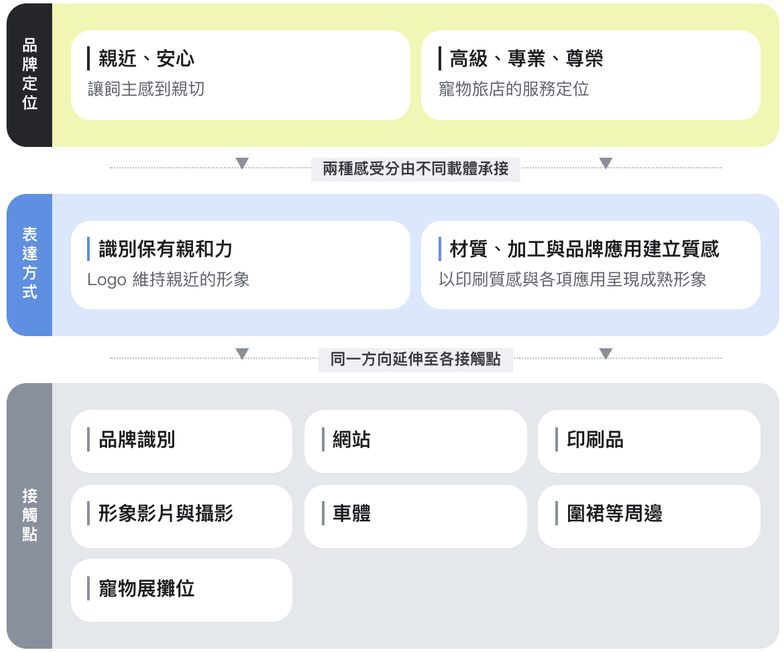
做法

蒐集品牌參考並探索風格

協助設計師收斂方向

向客戶提案並依回饋修訂

發包協調與品質確認





品牌標誌



店面外觀



車體應用

回顧時補訂的衡量方式

首樣一次驗收通過率

出品一致性檢核合格率

決策與權責

本人 專案企劃、客戶溝通與交付統籌

客戶 品牌調性的核准

設計、影像、印刷與施作 各項專業製作

交付狀態

品牌識別、網站、平面與各項應用完成交付；公開案例刊有客戶對團隊的正面回饋

案例畫面為公司官網公開發表的作品

新人帶教與提案品質機制：由交件前檢視成品，調整為分階段審查

原本問題

團隊初期僅有一位 PM，後期新人加入，由本人負責教學、派工與追蹤。新人獨立製作提案時，進度以口頭確認為主，成品於交件前才完整檢視。

核心課題

讓新人保有實作空間，同時於對客戶提案前確保品質。

帶教內容

完整專案流程的教學

提案與客戶溝通的帶領

任務分配與進度追蹤

以成品對照逐項說明回饋

原做法

新人獨立製作提案

▼

口頭確認進度

▼

交件前檢視完整成品

調整後

先審大綱與內容架構
大量投入前確認方向與提案邏輯

▼

分階段提交中間產物
正式交件前安排檢查與修正

▼

主動回報卡點與進度
訂為明確的工作規範

▼

對客戶前內部預審
保留修訂的緩衝時間

貫穿各階段 依新人熟練度調整任務大小與負責範圍

回顧時補訂的衡量方式

晚期重大退稿率

每案內審修訂輪次

準時提案率

決策與權責

本人 帶教與審稿的執行，並向主管提供工作表現建議

主管 正式考核與人事決策

交付狀態

五項機制於任內實行

客戶與第三方名稱已去識別化

官網案例與 News 撰寫：將專案的問題、做法與成果，寫成外部讀者可理解的敘述

原本問題

官網的作品案例若僅陳列設計成品，外部讀者不易理解客戶原本的問題與採取該做法的理由；官網另設有最新消息專欄，發表設計與製作相關的文章。

核心課題

將專案的背景、問題、方案與交付成果，整理為外部讀者可理解的敘述。

做法

案例文案採四段結構
企劃、挑戰、任務、結果。

由所負責的專案取材
撰文者即專案負責人，內容來自需求訪談、提案與交付過程。

News 文章以設計與製作知識為題
印刷、攝影等主題。

專案過程

需求訪談 提案與修訂 交付成果

▼ 由專案負責人整理為案例文案 ▼

企劃	挑戰
客戶背景	原本的問題
任務	**結果**
採取的方案	交付的作品

▼ 於公司官網公開發表 ▼

官網讀者

作品案例頁 最新消息專欄



任內發表的 News 文章



官網案例頁的「結果」段

決策與權責

本人 案例文案與任內 News 文章的企劃與撰寫

設計、影像與工程 案例中的視覺、攝影與程式

交付狀態

13 篇代表案例文案與任內 News 文章，於公司官網公開發表

案例畫面為公司官網公開發表的作品

各工作線的交付狀態與回顧時補訂的衡量方式

任內正式上線

精品租借與二手交易平台
前後台開發、測試與教學

板材選型網站
建材展前上線

交付、發表與實行

寵物品牌跨媒體整合
識別、網站與各項應用

茶業、展架、建案等客戶方案
提案與設計依據

官網代表案例與 News 撰寫
公開發表

新人帶教與提案品質機制
任內實行

完成規劃與提案

露營區預約規劃
需求、流程與提案

精油品牌香味輪選購流程
功能規劃與視覺提案

回顧時補訂的衡量方式與計算方式

任內尚未以數據追蹤成效。以下為事後回顧各案時，為檢視成效補訂的衡量方式。

有效租借完成率
已付款且可履行的租借單數 ÷ 租借結帳啟動次數

租借重疊率
須人工處理的日期或狀態重疊訂單 ÷ 全部租借單

查找任務成功率
完成指定查找任務的受測者 ÷ 全部受測者

展期導流
展期專屬連結的工作階段 ÷ 展期全部工作階段

準時交付率
期限內經客戶接受的交付項 ÷ 應交付項

晚期重大退稿率
最後內審才判定無法對外的稿件 ÷ 全部提案稿件

客戶與第三方名稱已去識別化