

專題企畫書

# MINORI coffee



MINORI  
coffee

淬鍊過後的美好，  
讓生活更豐富充實



2021 / Aug.  
2022 / Jan.

資策會 數位教育研究所  
互動式網站 UI/UX 設計師就業養成班

第 MMMH62 期  
陳怡君 蘇正慈 陳豪宗 陳柏誠

# CONTENTS # 目錄

## 01 關於

- 網站建置目的與動機 2
- 品牌介紹 3
- 網站特色 3
- 主打商品 4

ABOUT



User Analysis

## 02 使用者分析

- 競品分析 6
- 市場定位 7
- 主要受眾客群 7
- 人物誌 8
- 同理心地圖 9
- 核心路徑圖 10

## 03 視覺設計

- LOGO 商標設計策略 11
- 網站 UI 設計策略 11
- 網站色彩計畫與理念 14
- 網站版面設計 15

User Interface

# 04

## 網站設計建置

網站架構及功能	18
Functional Map	19
Flow Chat 及 UI Flow	20
Wireframe	32
網站應用技術及使用工具	35
甘特圖	36
資料庫設計	37

# 05

## 組員介紹與分工 38

### 團隊





# 關於

## 網站建置目的與動機

市場研究顧問指出咖啡已成為國人日常生活的必需品，更指出 55% 民眾會天天喝咖啡，平均一週花費 209 元，相當於每個月花費 896 元，而且平均每月去咖啡館的次數高達 7 次。

從整體喝咖啡的人口來看，約每 4 位就有 1 位是重度咖啡愛好者（每天喝且單周花費超過 200 元），觀察其喝咖啡的頻率及花費，不但天天喝，而且每月喝 38 次，平均一週花費 460 元喝咖啡，消費力道高於整體咖啡族群 2 倍；其中，40 世代後的比例依然最高可以得知在咖啡上消費者消費力強，也願意投資更多金錢在咖啡產品上。

因此我們創立 MINORI，以高質感、高價位打入咖啡市場，並透過與課程結合，吸引不同客群、創造話題的行銷，發揚咖啡文化，且供國人有更多良好咖啡豆的購買途徑。

(調查資料來源:GO SURVEY 市場研究顧問於 2020/02/06 ~ 2020/06/01 在 GO SURVEY 平臺執行的線上網路調查，共計回收 11,267 份樣本，受訪者條件為 18 ~ 70 歲的 HAPPY GO 卡友。 [https://magazine.feg.com.tw/magazine/tw/magazine\\_detail.aspx?id=12529](https://magazine.feg.com.tw/magazine/tw/magazine_detail.aspx?id=12529))





## 品牌介紹

MINORI 源自日文実りある・実り(みのり)有充實、豐富的意思，希望透過每一杯咖啡的傳遞，啟發並滋潤人們的心靈，把全世界最好的咖啡分享給各位。

2020 年在台灣集結了四位愛好咖啡的夥伴，共同創立了 MINORI，立志把最完美的咖啡提供給這塊土地上愛好咖啡的人，希望 MINORI 能在眾多品牌中脫穎而出，帶給各位更完美的咖啡感官體驗。因此從生豆採購、烘焙到包裝設計，我們都親自操刀把關！打造充實、豐富的咖啡體驗。

MINORI 主要販售優質咖啡豆、透過試飲包與專業課程相符相乘，搭配視覺效果呈現，打造出專屬於 MINORI 的品牌特色。



## 網站特色

- #1 豆單以視覺方式呈現出咖啡豆所代表的特色風味，使顧客可以透過圖片與商品敘述，了解咖啡豆的風味。
- #2 透過試飲包活動吸引首次購物的客群。
- #3 透過咖啡地圖，可以讓顧客查詢附近有販售 MINORI 咖啡豆的店家，讓顧客實際去店裡，嘗試過該咖啡豆所沖泡的咖啡後，再進行購買。
- #4 新手上路也不用害怕，可以選擇參與 MINORI 所開設的實體課程，不論是個人參與或團體，甚至是企業，都可以有相對應的課程搭配，帶領顧客進入咖啡的世界。
- #5 豆單商品細節頁除了基本的商品資訊，還有呈現購買顧客的評價，讓新顧客可以更詳盡的了解到咖啡豆的資訊。

# 關於



## MINORI 咖啡課程

### # 入門課程

簡易咖啡入門、拉花，到學習烘焙咖啡豆技巧與認識烘焙曲線圖，理解烘焙過程中的化學反應與物理變化。

### # 進階課程

聞香瓶訓練與杯測分析，讓您喝懂咖啡，也在烘焙世界裡更游刃有餘。



## 主打商品

MINORI 主打商品為「咖啡豆」與「咖啡課程」，透過咖啡課程與顧客連結，達到引導初次接觸咖啡的顧客，可以對咖啡有更深的認識與了解，並從中加深顧客與咖啡的連結，進一步引導顧客願意購買咖啡豆。



碧雅莊園 藝妓



巨石莊園 藝妓



凱薩路易斯 火山 藝妓

# 使用者分析

## 競品分析

透過 google 搜尋引擎調查與 MINORI 相似的幾間咖啡網站，分別調查 受眾對象、品牌價值、主力產品、商品價格、販售通路、行銷模式，其中黑沃咖啡、臥龍咖啡、虎記商行與我們相似度較高，較針對中高價位進行販售。

品牌	cama	黑沃咖啡	步昂咖啡	臥龍咖啡	虎記商行
對象	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 白領消費者</li> <li>2. 對咖啡有點講究者(喜愛現烘)</li> </ol>	<p>主推專業烘焙優質豆，對豆類有概念者</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 網路族群</li> <li>2. 想了解精品咖啡的新手</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 網路族群</li> <li>2. 對精品咖啡有興趣者</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 網路族群</li> </ol>
價值	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 精心手選</li> <li>2. 頂級技術</li> <li>3. 新鮮烘焙</li> <li>4. 隨時享受</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 專業創新</li> <li>2. 土地價值</li> <li>3. 咖啡美學</li> <li>4. 科技生活</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 強調新鮮24小時內配送</li> <li>2. 對於精品咖啡新手友善</li> <li>3. 重視客服</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 烘豆師精選配方咖啡豆</li> <li>2. 限定咖啡豆</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 每季推出新配方</li> <li>2. 每週於YouTube頻道發表</li> </ol>
產品	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 咖啡豆</li> <li>2. 濾掛式咖啡</li> <li>3. 浸泡式咖啡</li> <li>4. 咖啡器具</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 咖啡豆</li> <li>2. 濾掛式咖啡</li> <li>3. 咖啡器具</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 各類咖啡豆</li> <li>2. 咖啡器材</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 烘培咖啡豆</li> <li>2. 實體店面提供內用咖啡和小點心</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 各類咖啡豆</li> <li>2. 咖啡器材</li> </ol>
價格	NT279~1799	NT400~7000	NT129~2499	NT\$200~1100	NT480~1000
通路	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 實體店面</li> <li>2. 網路通路(訂閱制服務)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 實體店面</li> <li>2. 網路通路</li> <li>3. 智慧販賣機</li> </ol>	<p>品牌電商為主</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 品牌電商為主</li> <li>2. 電商平台</li> <li>3. 實體通路</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 實體店面</li> <li>2. 網路通路</li> </ol>
行銷	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 專營外帶</li> <li>2. 官網平台</li> <li>3. 社群口碑行銷</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 實體店面</li> <li>2. 官網平台</li> <li>3. 聯名產品</li> <li>4. 超商通路</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 電商平台</li> <li>2. 社群媒體</li> <li>3. 網路廣告</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 電商平台</li> <li>2. 社群媒體</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 電商平台</li> <li>2. 社群媒體</li> </ol>





# 使用者分析

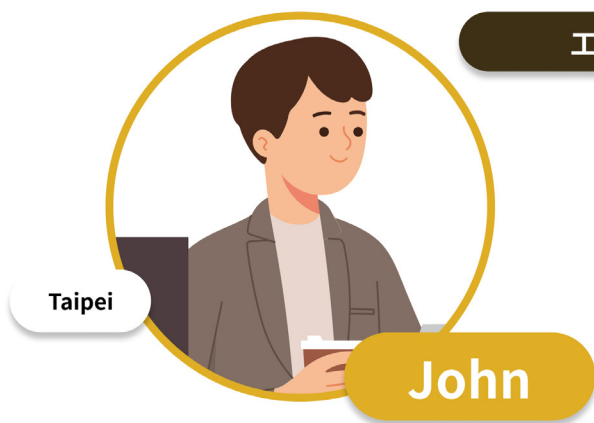
## 人物誌



28歲 / 女性 / 未婚

資訊業務

- #1 早上來一杯咖啡是每天的小確幸，喝完才有精神開始一天的奔波。
- #2 願意參加活動與人交流，喜歡和朋友一起分享和交流。
- #3 習慣實體購物，使用現金，因為擔心刷卡會刷爆。
- #4 經常使用社群軟體，習慣使用手機到處拍照打卡。



35歲 / 男性 / 未婚

工程師

- #1 覺得能提升生活品質的花費是必要的，願意在興趣上投資。
- #2 因工作時間長，偏好快速瀏覽線上刷卡購物。
- #3 在忙碌的工作中，喘息時間來杯咖啡是唯一的享受。





## 同理心地圖

### 想要什麼？

- 為了有好的生活品質，想購買品質好的咖啡豆，在忙碌中享受一杯香濃的咖啡來犒賞自己。
- 哪間咖啡廳有提供線上購買且品質優良，服務良好和選擇性多的咖啡豆。
- 喜歡客製化自己的咖啡，讓自己的生活更多彩多姿。

### 聽到什麼？

- 喊號碼取得咖啡。同事彼此之間討論這杯咖啡的包裝，咖啡香，豆子風味和咖啡因。
- 等太久，口誤點錯杯，冰塊量太多。
- 今天有買一送一，又要排隊等10到20分鐘。
- 廁所好多人，還是回去再坐一下。

### 看到什麼？

- 在市區早餐買杯咖啡需要排攏長的隊伍，上班來不及好好享受。
- 有些實體店面咖啡豆賣光了，又白跑一趟了。(想要透過上網得知是否缺貨)
- 下班時間學生多，又沒位子好好靜下來享受。

### 說/做什麼？

- 說:你看這家店的裝潢，超精美的要不要坐一下
- 說:他的包裝也很精緻，忍不住會想收集
- 說:這家有季節限定的咖啡豆，蠻想嘗試他的新口味
- 做:為了季節限定，只好排隊等。
- 做:好不容易找到一間咖啡店結果目前豆子缺貨。

### 痛點

- 想要喝杯好咖啡，卻不知道哪間豆子好。
- 不確定營業時間和是否有位子。
- 下班時間學生多，到處都是噪音，廁所也要排隊。

### 得到

- 是否有好咖啡豆，快速又方便攜帶，線上訂購，提早得知是否有缺貨。

## 核心路徑圖



## LOGO 商標設計策略

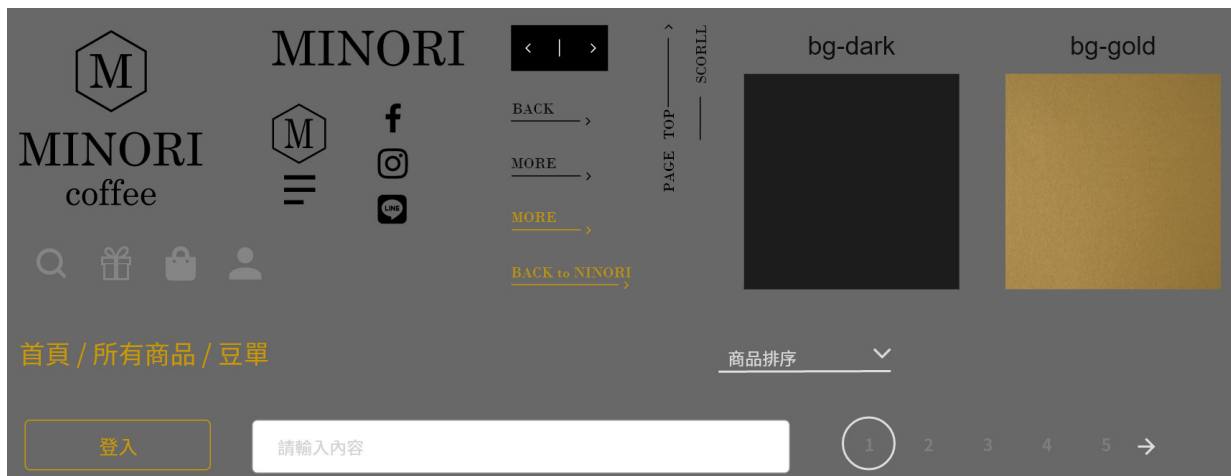


為打造中高價位咖啡豆販售品牌，使用純線條設計與具有獨特藝術氣息的六角形，兩者搭配下，打造平穩的視覺體驗，輔以 MINORI coffee 的純襯線字結合，展現簡潔、俐落、高質感、高品格並具有現代感 LOGO 設計。

## 網站 UI 設計策略

### #1 Style Guide

以簡約的黑白色調進行規劃，讓使用者可以明確的看見所有功能擺放的位置，也使用較常見的 Icon 設計，減少使用者在初期的摸索時間與降低學習負荷，可以將精神專注於 MINORI coffee 所提供的產品上。





# 視覺設計

## #2 商品圖

我們皆以咖啡豆的主要風味轉換成視覺圖片後呈現，引導使用者可以透過圖片感受咖啡香味，以文字敘述輔佐，讓使用者更能體會到咖啡豆的風味。



花神

帶著太妃糖甜感，冷卻時會有生巧克力且明亮細緻的酸質。



吉格薩

焦糖、柑橘皮、清爽的甜感和茶的尾韻。



斯里蘭卡的調酒師

焦糖核桃風味，帶有明亮的果酸，帶些許的肉桂與葡萄酒香。



碧雅莊園藝妓

玫瑰花、荔枝、豐富的熱帶水果、奶油厚實的口感。



巨石莊園藝妓

成熟蘋果、黑醋栗等深色水果、些許肉桂、奶油和香檳的尾韻。



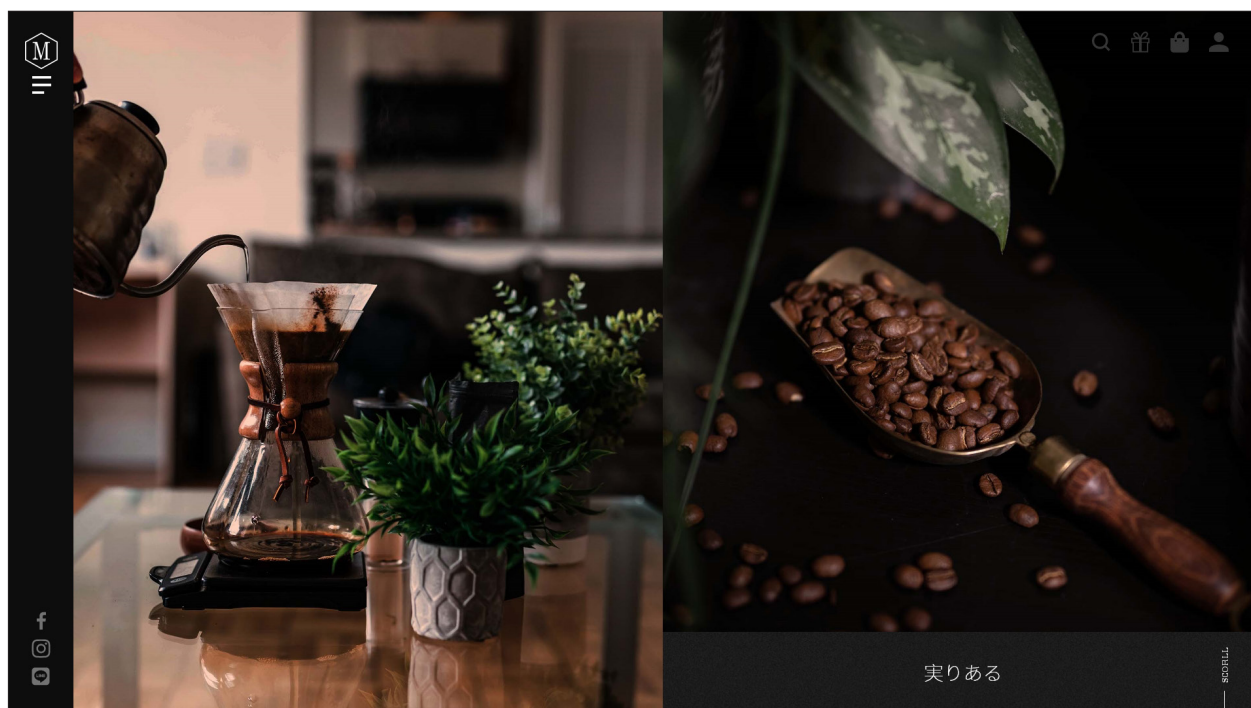
凱薩路易斯火山藝伎

在溫度稍微下降，哈密瓜精緻的風味出現，整體清爽、酸值迷人。



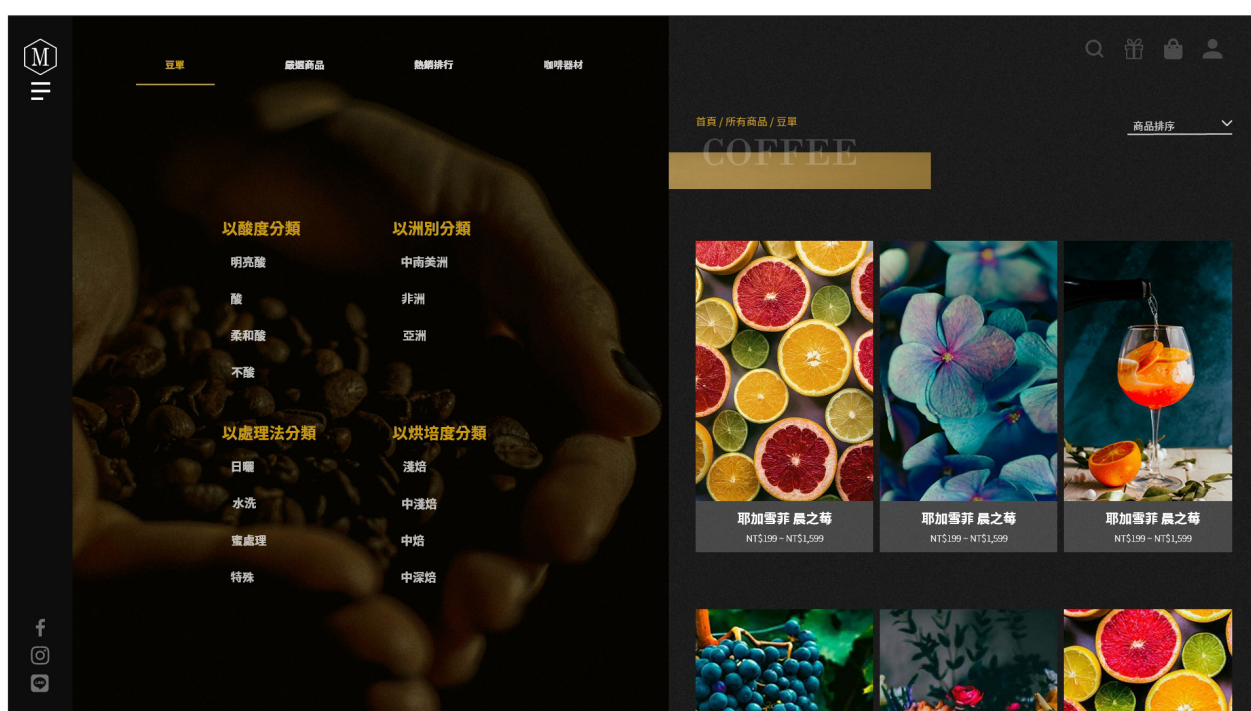
## #3 首頁

主要功能列 (Header) 放置於左側，可收合選單讓頁面完整，展示出簡潔的視覺風格，同時也能讓使用者跳轉想瀏覽的頁面。



## #4 商品頁

會員、試飲包、購物車按鈕長駐頁面右上頂端，讓使用者快速使用會員入口與找到購物車進行後續購物流程。



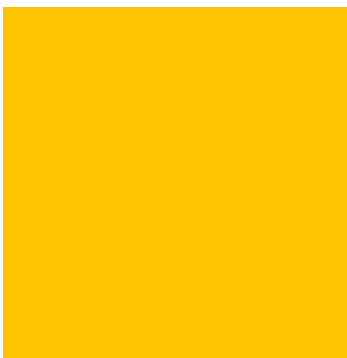
# 視覺設計

## #5 商品細節頁

主要皆以咖啡豆的主要風味轉換成視覺圖片後呈現，引導顧客可以透過圖片感受咖啡香味，同時以文字敘述輔佐，讓顧客更能體會到咖啡豆的風味。



## 網站色彩計畫與理念



#FFC300

主色使用充滿朝氣的蒲公英黃，營造溫暖及希望。



#000000

輔色黑色展現沉著穩重，達成畫面上的協調與平衡。



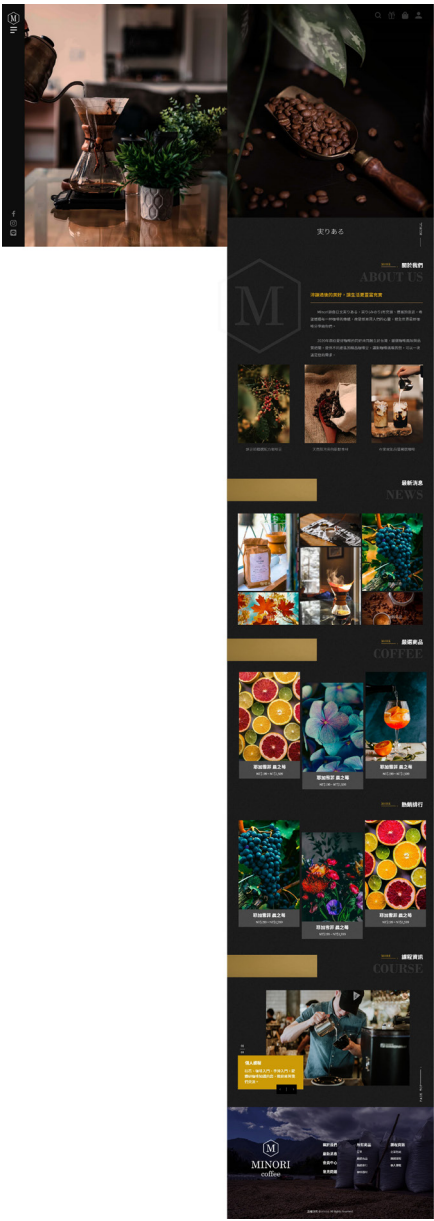
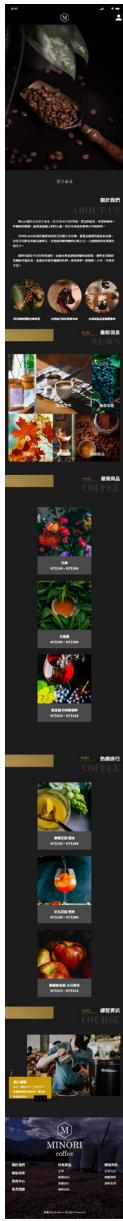
網頁中沒有使用多餘的色調，主要為了使使用者將視覺焦點放在咖啡豆商品圖上，營造最好的購物體驗。



# 網站版面設計

網站以左右切割設計，使用新穎的視覺規劃，引起顧客好奇心下，瞬間抓住顧客的視覺焦點，並願意多往下瀏覽網頁內容。

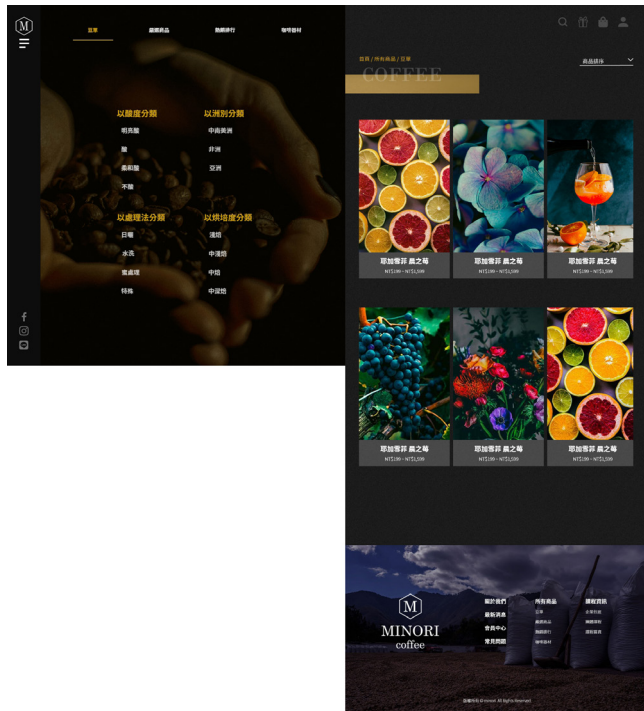
在此設計理念下，於瀏覽主要商品時，能讓商品圖以最大的方式呈現，使視覺能成為購物中最明顯的地方，也成為 MINORI 網站的主要賣點。

首頁	
桌機版	手機版
	

# 視覺設計

## 商品頁

### 桌機版

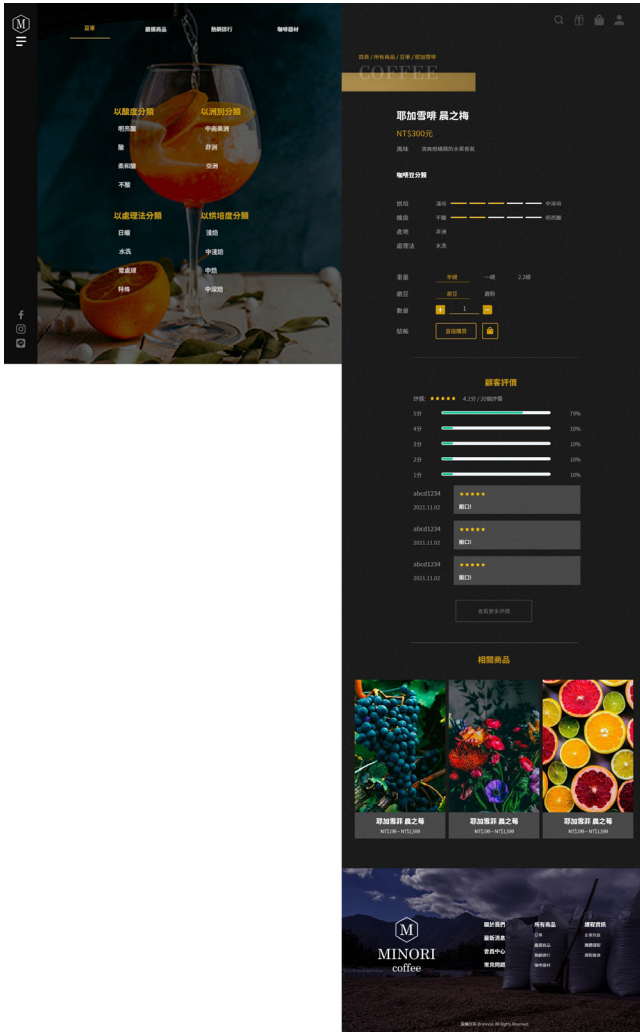


### 手機版

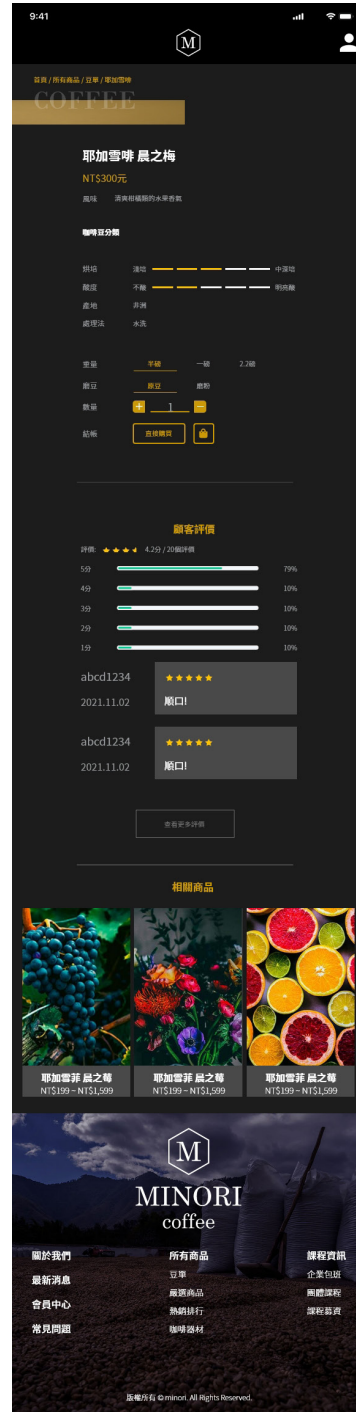


## 商品細節頁

### 桌機版



### 手機版





# 網站設計建置

## 網站架構及功能

### #1 首頁

所有 MINORI coffee 主要功能入口之一，以多樣的排版方式，呈現豐富的視覺饗宴。

### #2 試飲包活動

挑選三支精選豆，通過該畫面能快速領取試飲包，希望顧客先領取試飲包後達到高回購率。

### #3 熱銷排行

搭配翻頁特效，介紹銷售排行榜展。

### #4 嚴選商品

使用視差滾動，呈現 MINORI 團隊嚴選的特色咖啡豆。

### #5 豆單

以四大類別劃分商品展示，加入購物車、推薦商品功能。

### #6 豆單細節頁

以咖啡風味相關圖片展示產品，搭配咖啡風味敘述，供使用者選擇商品規格與數量。

### #7 課程

包含個人、團體、企業報名，皆能依照顧客量身訂做。

### #8 會員系統

註冊、登入、會員資料修改、查看訂單、歷史訂單查詢、填寫商品評價、優惠卷。

### #9 購物車

訂單管理、訂單送出、物流、金流系統。

### #10 RWD 響應式設計

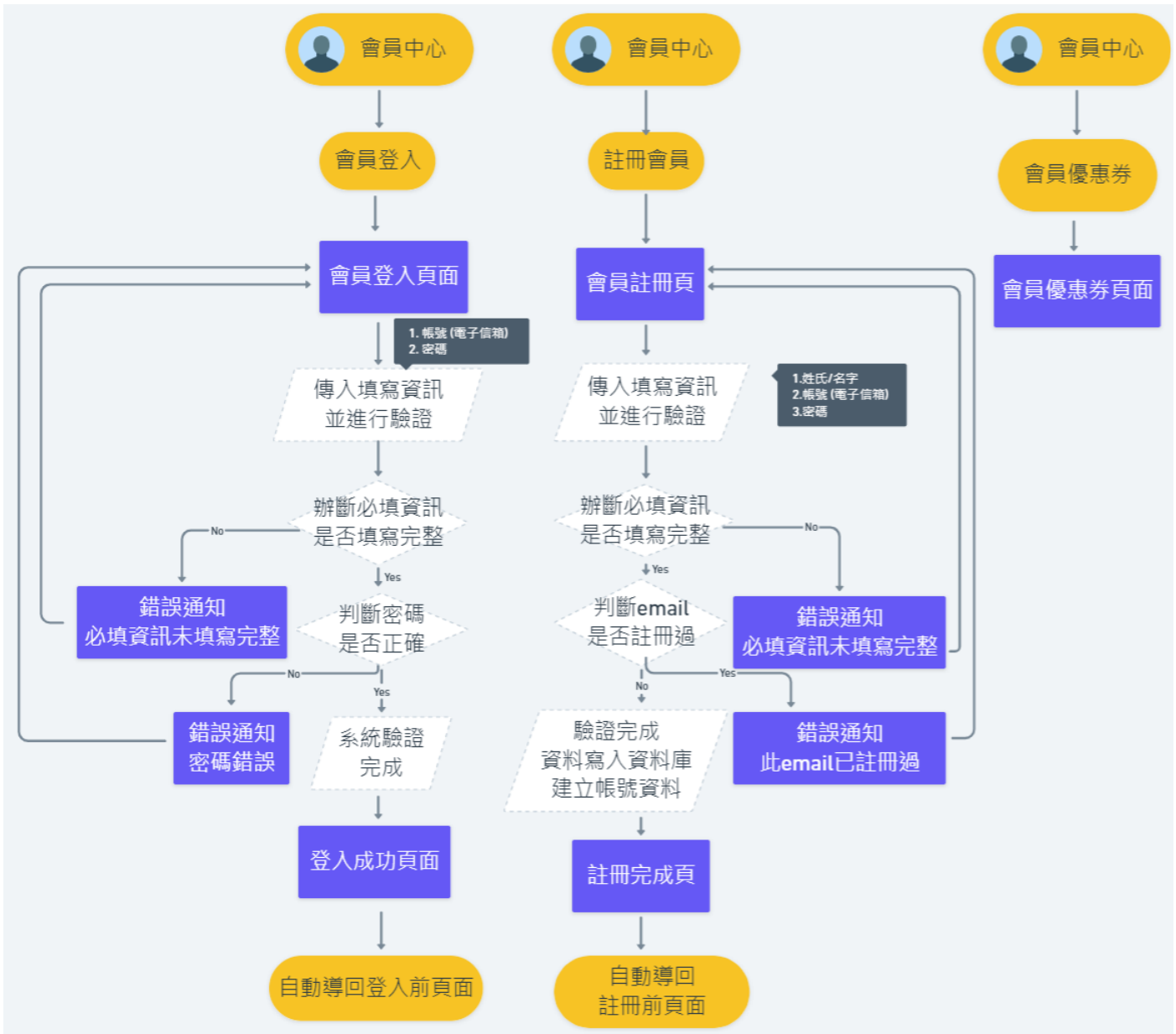




# 網站設計建置

## Flow Chat 及 UI Flow

### 會員中心





## 會員登入

理想狀態	起始狀態	載入中狀態	局部狀態	極限狀態	錯誤狀態
登入會員	未登入會員	資料驗證中	部分資料填寫完成		帳號密碼錯誤

## 註冊會員

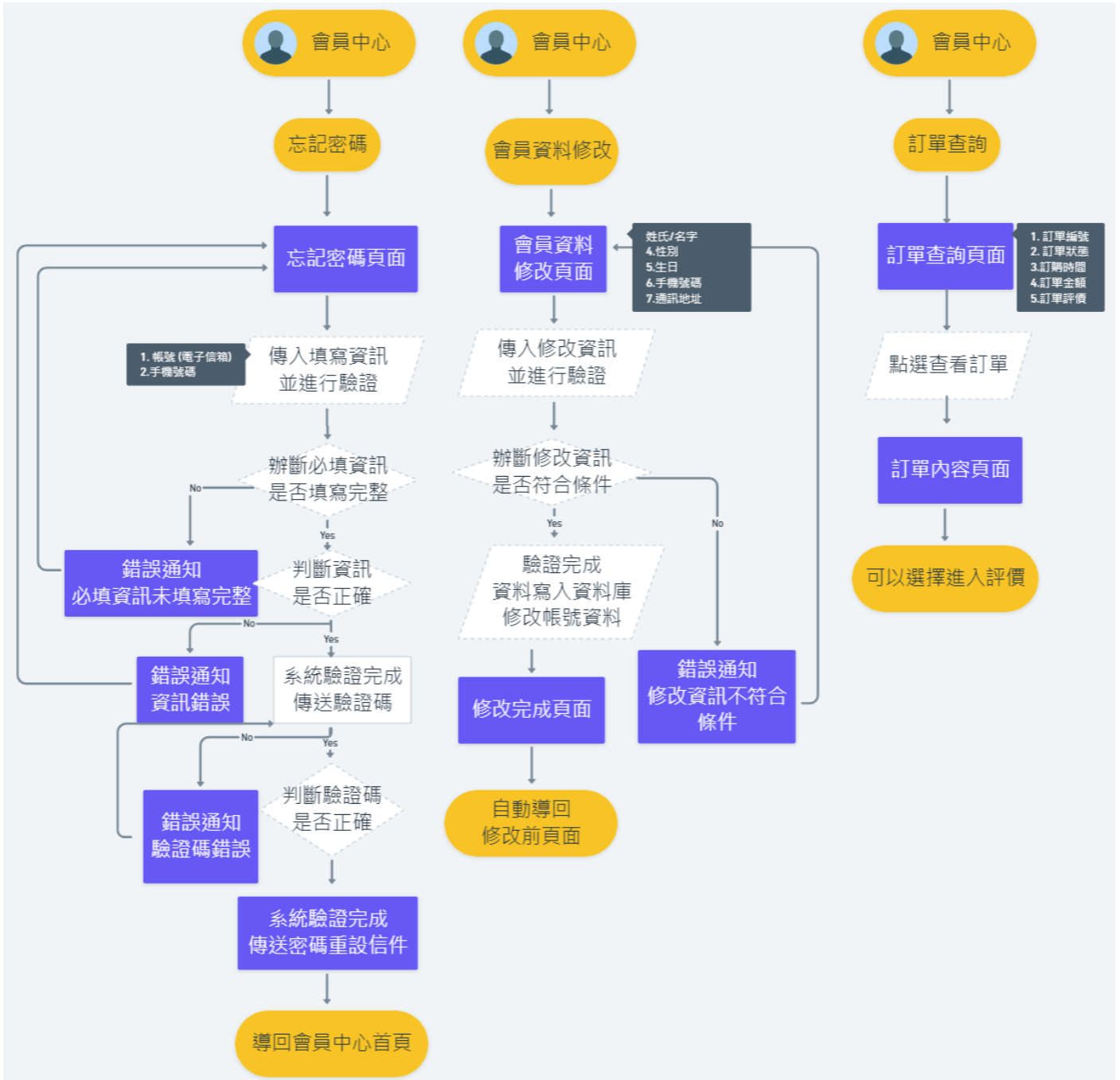
理想狀態	起始狀態	載入中狀態	局部狀態	極限狀態	錯誤狀態
註冊成功	尚未註冊	資料驗證中	部分資料填寫完成		已註冊過

## 會員優惠券

理想狀態	起始狀態	載入中狀態	局部狀態	極限狀態	錯誤狀態
查看優惠資訊	優惠券查詢	載入中			尚未獲得優惠券

# 網站設計建置

## 會員中心



## 忘記密碼

理想狀態	起始狀態	載入中狀態	局部狀態	極限狀態	錯誤狀態
重設密碼	忘記密碼	資料驗證中	部分資料填寫完成		帳號錯誤 驗證碼錯誤

## 會員資料修改

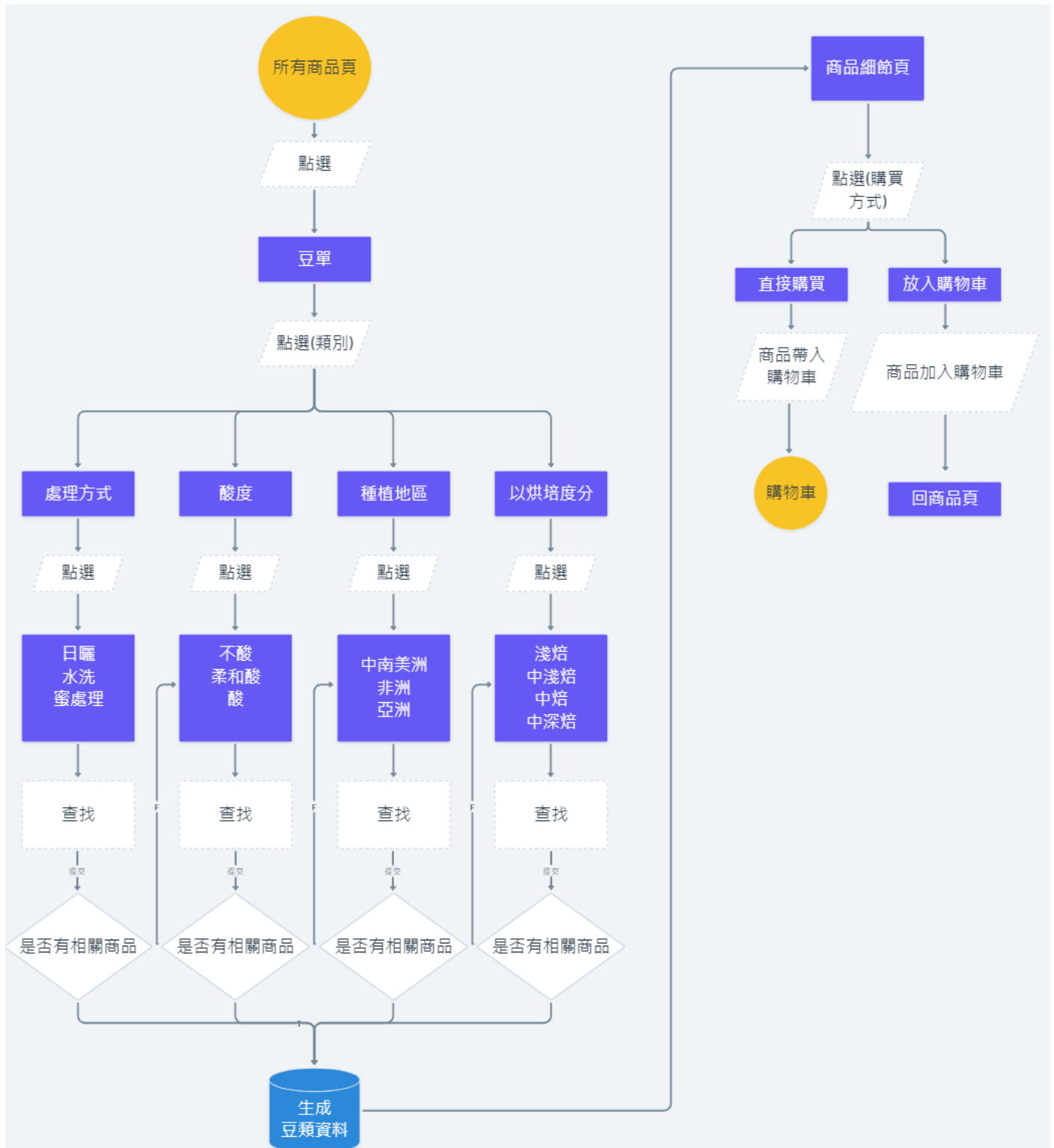
理想狀態	起始狀態	載入中狀態	局部狀態	極限狀態	錯誤狀態
成功修改會員資訊	未修改會員資訊	資料驗證中	部分資料填寫完成		修改資料不符合規範

## 訂單查詢

理想狀態	起始狀態	載入中狀態	局部狀態	極限狀態	錯誤狀態
查看訂單資訊	訂單查詢	載入中			尚未成立訂單

# 網站設計建置

## 所有商品





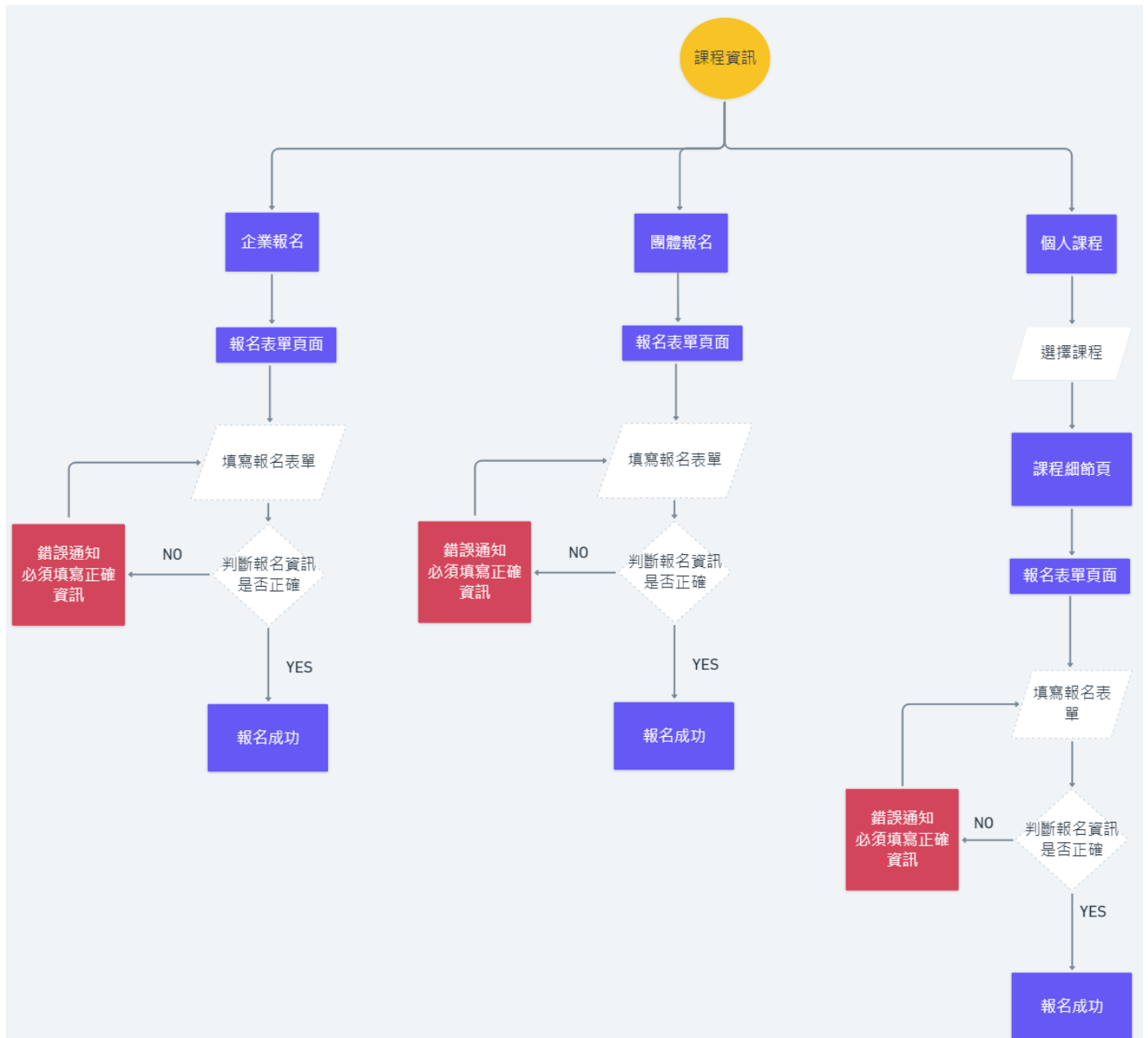
## 所有商品

理想狀態	起始狀態	載入中狀態	局部狀態	極限狀態	錯誤狀態
商品頁 (點選)	選擇商品類別	載入中		沒有相關商品 (無商品庫存)	沒選擇商品數量 商品還未結帳



# 網站設計建置

## 課程資訊



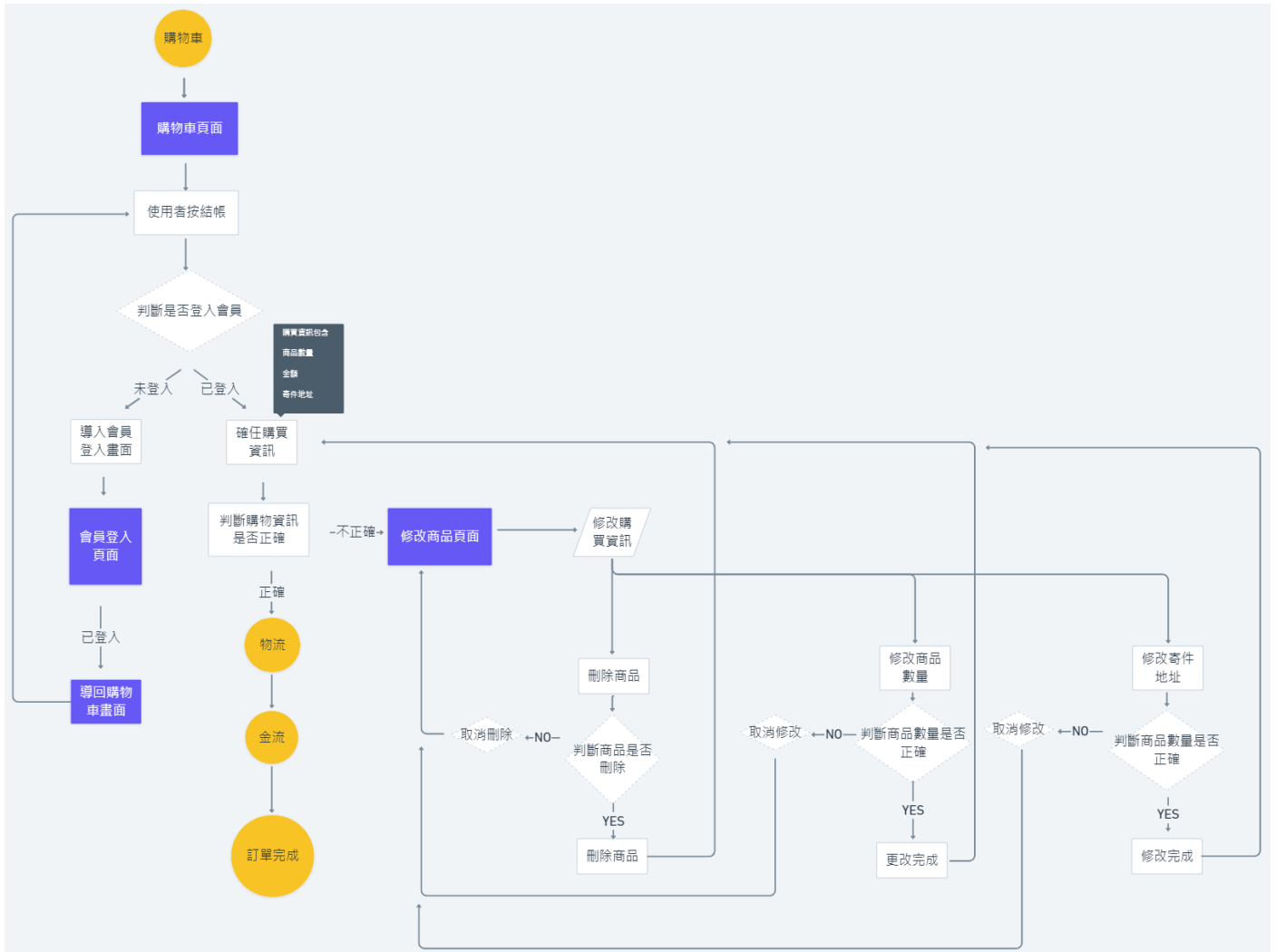
## 課程資訊

理想狀態	起始狀態	載入中狀態	局部狀態	極限狀態	錯誤狀態
報名資訊已填寫完畢	尚未填寫報名資料	載入中		沒有相關課程 (無課程選項)	報名資訊填寫錯誤



# 網站設計建置

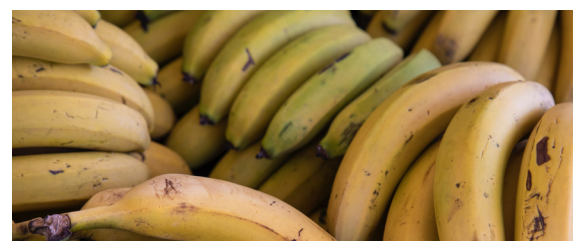
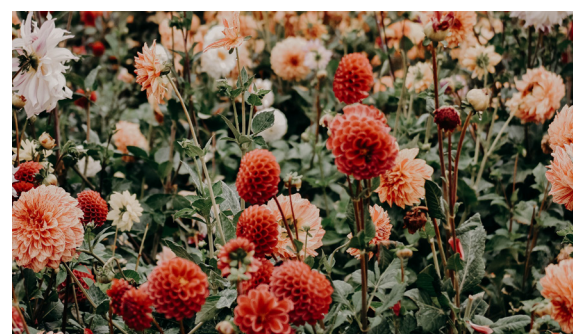
## 購物車





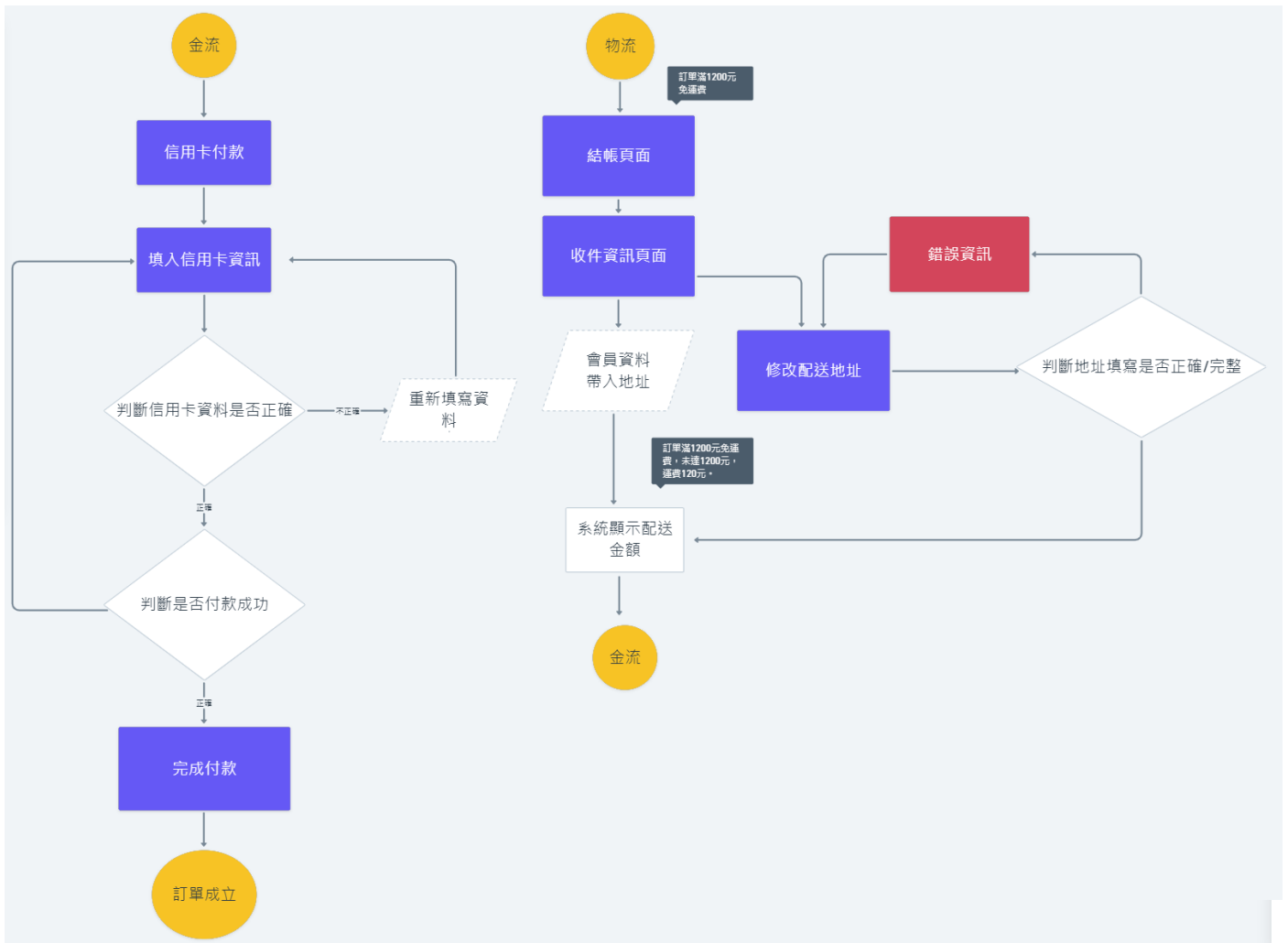
## 購物車

理想狀態	起始狀態	載入中狀態	局部狀態	極限狀態	錯誤狀態
修改後商品 資訊正確 且無須更改	空的購物車 (沒有加入商品)	載入中		商品數量過多 (超出商品庫存)	修改後商品資訊錯誤 (商品已賣完) 沒有放商品進購物車



# 網站設計建置

## 金流及物流



## 金流

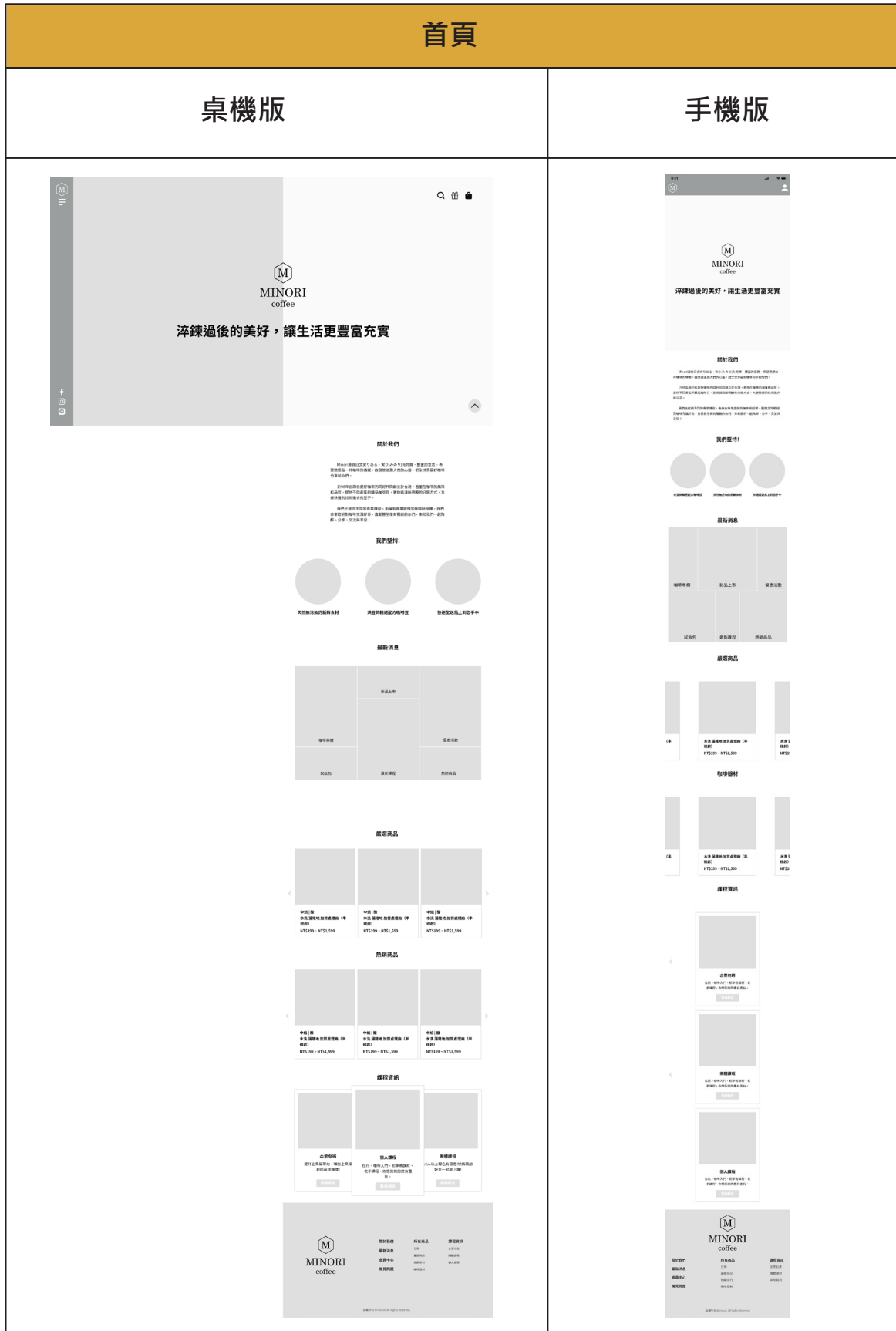
理想狀態	起始狀態	載入中狀態	局部狀態	極限狀態	錯誤狀態
完成付款	未付款	資料驗證中	部分資料填寫完成		信用卡資訊錯誤

## 物流

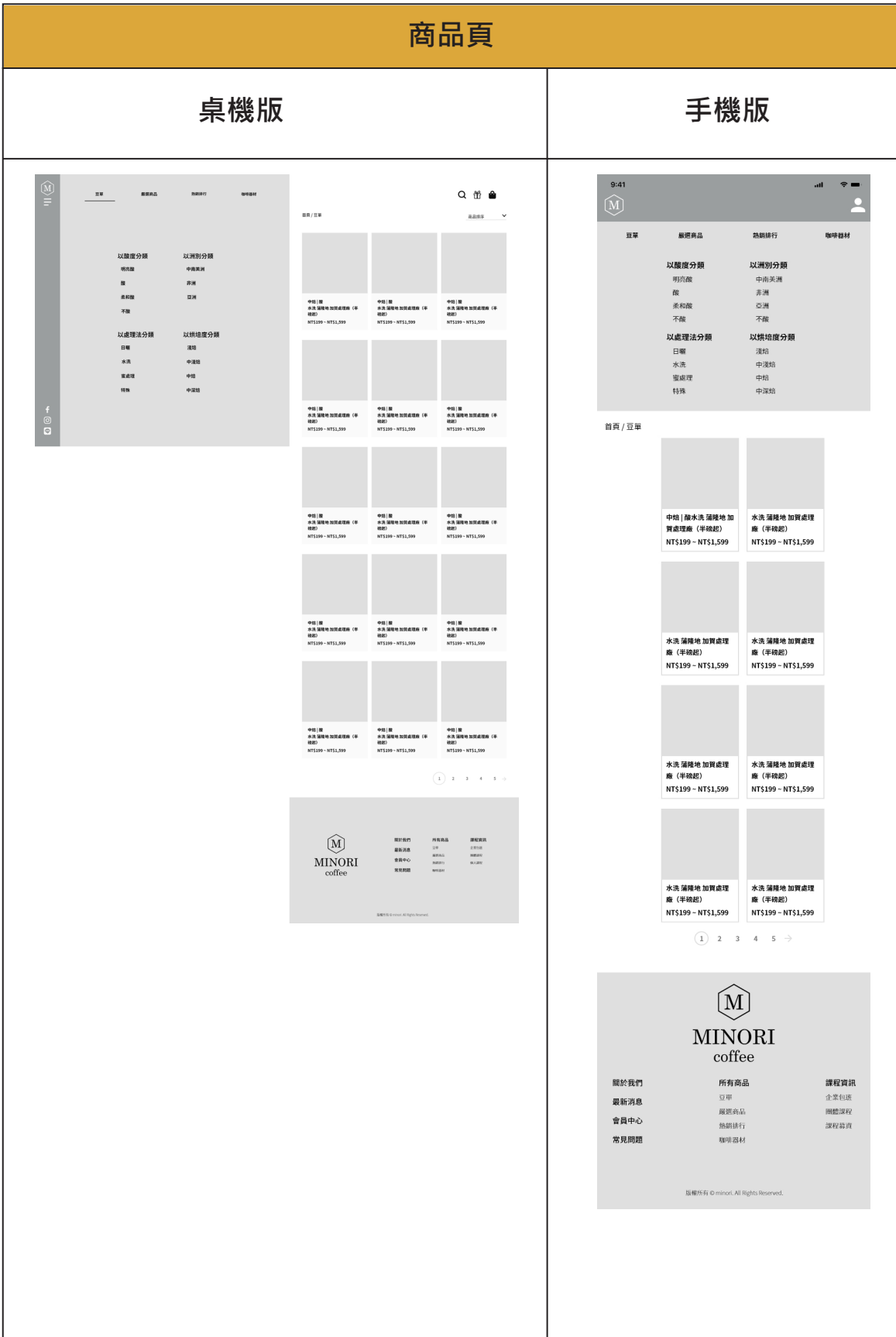
理想狀態	起始狀態	載入中狀態	局部狀態	極限狀態	錯誤狀態
物流資訊填寫完成	帶入會員物流地址資訊	資料驗證中	部分資料填寫完成		物流資訊錯誤 地址填寫錯誤

# 網站設計建置

## Wireframe







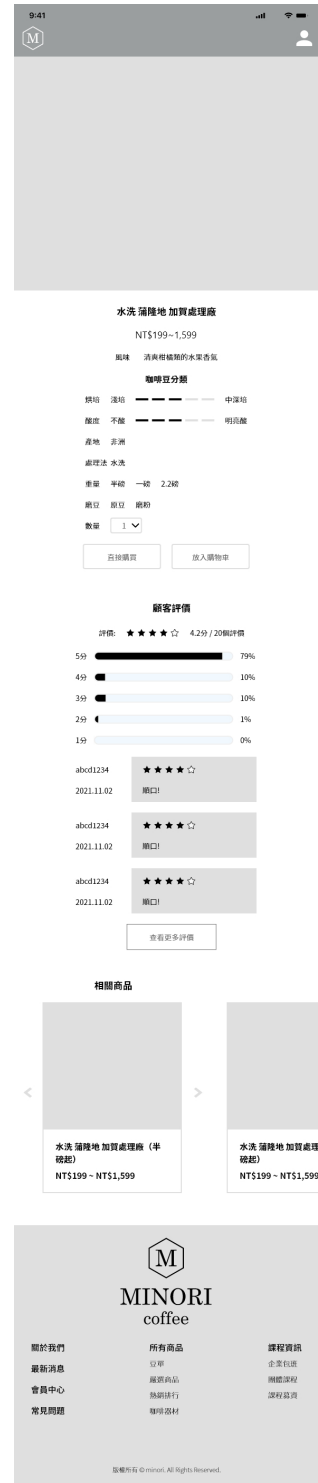
# 網站設計建置

## 商品細節頁

### 桌機版



### 手機版



## 網站應用技術及使用工具

### #1 設計軟體

Illustrator、PhotoShop、Ligherroom

### #2 程式軟體

HTML5、CSS3、JavaScript、PHP

### #3 資料庫

MySQL

### #4 組內資料彙整工具

Miro、Whimsical

### #5 Wireframe

Adobe XD

### #6 Flow Chart

Whimsical

### #7 UI Flow

Miro

### #8 Mock up

Adobe XD

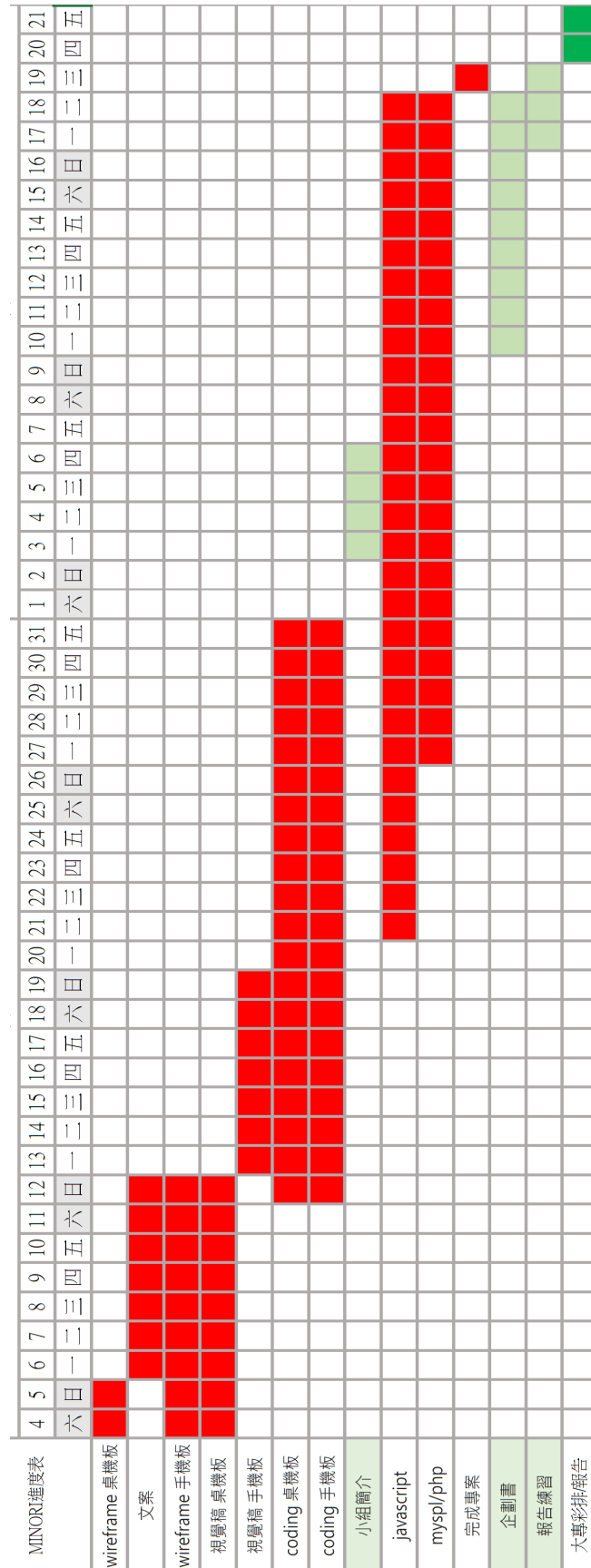
### #9 插件應用

Bootstrap4.6、Font Awesome、jQuery、Animate、jQuery UI、Swiper、  
Splide 3.6.9、Aanilla、Sweetalert2、MultiScroll、3D Curtain Effect On Scroll

### #10 Google 搜尋引擎

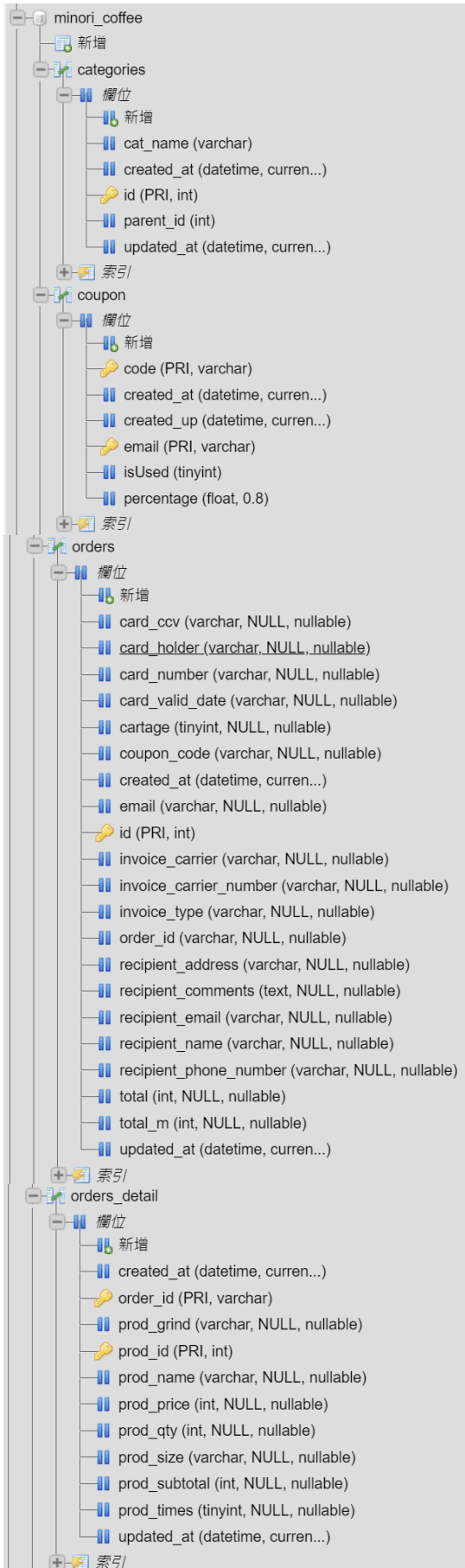
# 網站設計建置

## 甘特圖





## 資料庫設計



# 組員介紹與分工



陳怡君

BB1031103@hcu.edu.tw  
0903.570.417

## 主負責頁面

嚴選商品、個人課程、企業包班、團體課程、常見問題、咖啡地圖

## 視覺設計

手機版視覺稿

## 專案管理

專案進度管理、建立甘特圖、企劃書規劃、撰寫、資料蒐集與統整

## 整合

統整 site map、統整 Functional Map、整體網站的 UI Flow、Flow Chat

## UX 使用者體驗

Wireframe、Flow Chat、UI Flow、Wireframe、Mockup

購物車

Function Map、Flow Chat、UI flow

## 資料庫架設

建立 MySQL 資料庫

## 前端切版 (含 RWD) 與動態撰寫

切版、RWD、動態效果 CSS、JQuery、Javascript 嚴選商品、個人課程、企業包班、團體課程、常見問題、咖啡地圖

## php 後端撰寫

PHP、地圖 API 串接



蘇正慈

a76543522@gmail.com  
0921.261.062

## 主負責頁面

熱銷排行

## 視覺設計

全站視覺設計、全站視覺圖片統整、logo 設計、設計 Ui Kits 元件

## 專案管理

企劃書資料蒐集與排版

## 整合

企劃書、簡報

## UX 使用者體驗

Wireframe、Flow Chat、UI Flow、Wireframe、Mockup

會員中心

Function Map、Flow Chat、UI flow

## 資料庫架設

MySQL 資料蒐集

## 前端切版 (含 RWD) 與動態撰寫

切版、RWD、動態效果 CSS、JQuery、Javascript、熱銷排行



陳柏誠

cpocheng32@gmail.com

**主負責頁面**

會員中心、購物車、訂單查詢、訂單明細、商品搜尋

**整合**

串接全站頁面

**UX 使用者體驗**

Wireframe、Flow Chat、UI Flow、Wireframe、Mockup

課程

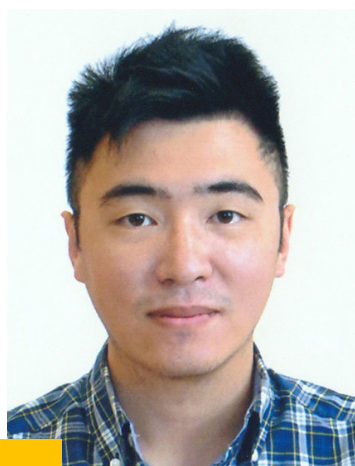
Function Map、Flow Chat、UI flow

**資料庫架設**

MySQL 資料庫統整和建置

**前端切版 (含 RWD) 與動態撰寫**

切版、RWD、動態效果 CSS、JQuery、Javascript、會員中心

**php 後端撰寫**PHP 連動 MySQL 資料庫、Ajax 傳值  
會員中心註冊建立資料、購物車結帳流程、訂單查詢

陳豪宗

chen.hao.tsung@hotmail.com

**主負責頁面**

首頁、關於我們、試飲包、購物車、豆單、豆單細節、咖啡器材、咖啡細節、商品追蹤、優惠卷

**視覺設計**

統一整理視覺搞、頁面設計

**UX 使用者體驗**

Wireframe、Flow Chat、UI Flow、Wireframe、Mockup

豆單

Function Map、Flow Chat、UI flow

**前端切版 (含 RWD) 與動態撰寫**

切版、RWD、動態效果 CSS、JQuery、Javascript、首頁、關於我們、試飲包、購物車、豆單、豆單細節、咖啡器材、咖啡細節、商品追蹤、優惠卷

# MINORI coffee

