

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)



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

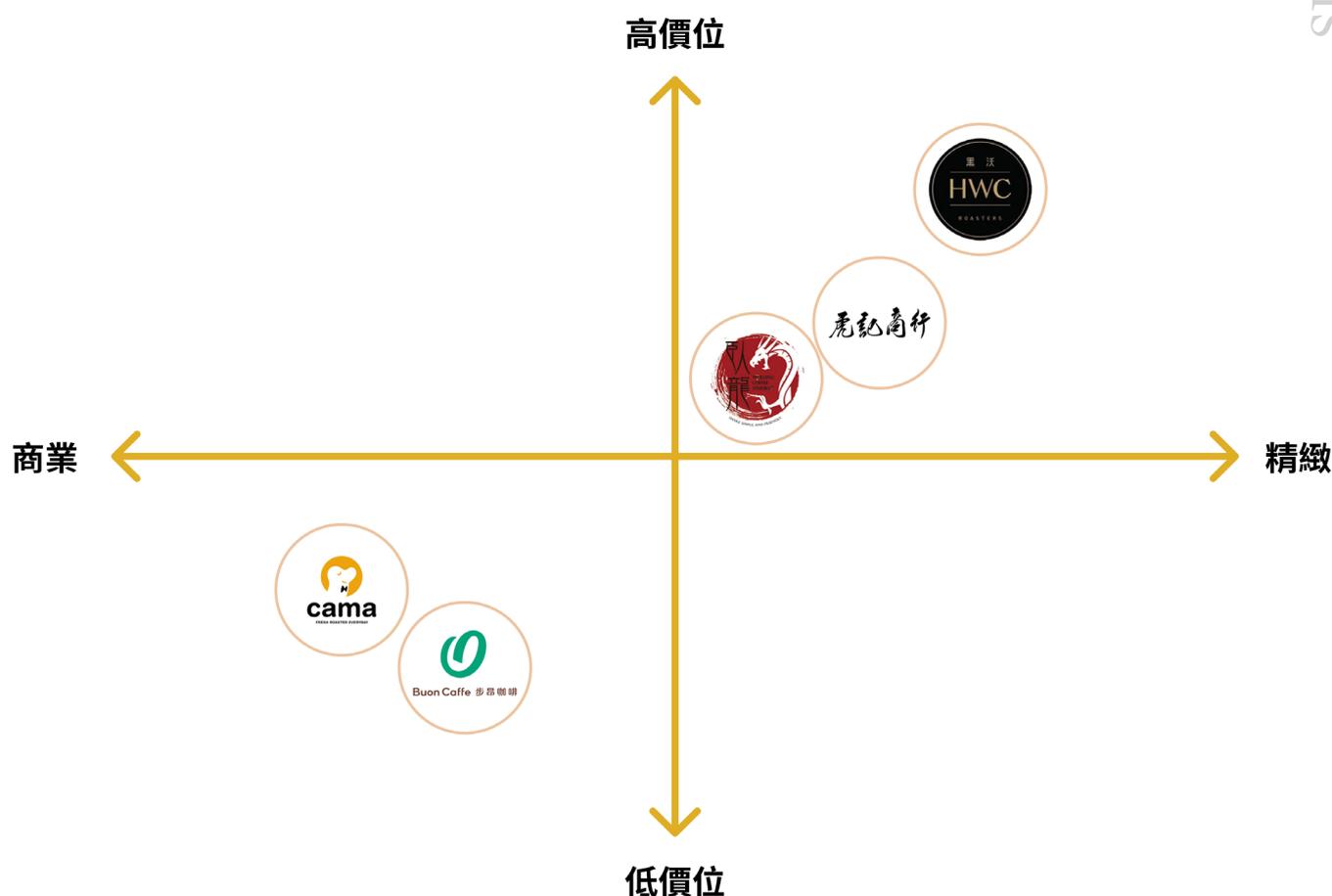
競品分析

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

市場定位

平價市場競爭激烈與飽和，MINORI 將產品定位於高價位與精緻下，對於咖啡風味較重視的顧客，提供更多元與更具風味的咖啡產品，以利在咖啡市場做出差異化並從中脫穎而出。



主要受眾客群

- #1 中高階上班族群，平時有喝咖啡習慣，有更多的預算可以投資更高品質的咖啡。
- #2 重視咖啡風味外，也注重品牌價值。
- #3 喜愛透過網路購物快速購買商品。

使用者分析

人物誌



28歲 / 女性 / 未婚

- #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

- #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

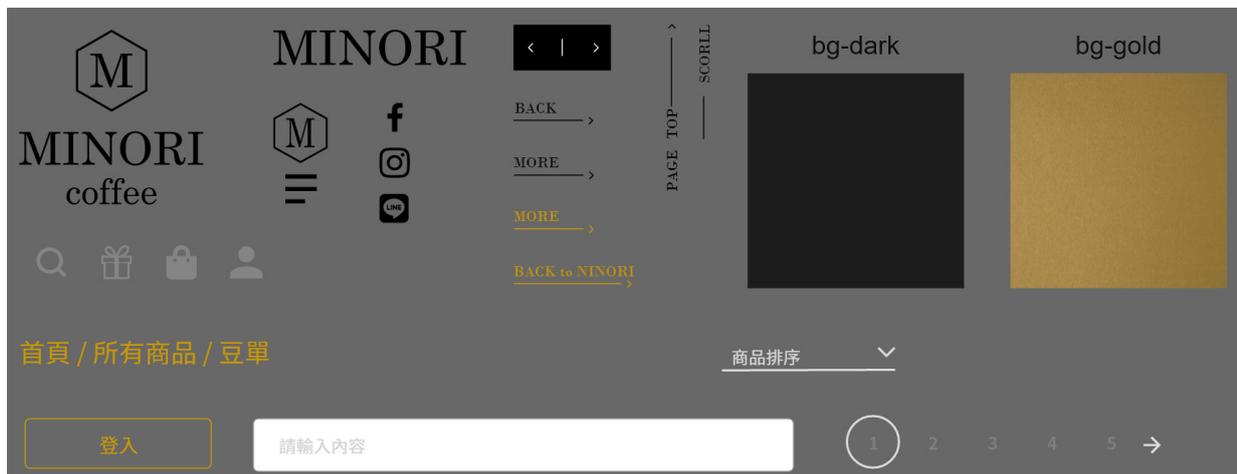


為打造中高價位咖啡豆販售品牌，使用純線條設計與具有獨特藝術氣息的六角形，兩者搭配下，打造平穩的視覺體驗，輔以 MINORI coffee 的純襯線字結合，展現簡潔、俐落、高質感、高品格並具有現代感 LOGO 設計。

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。

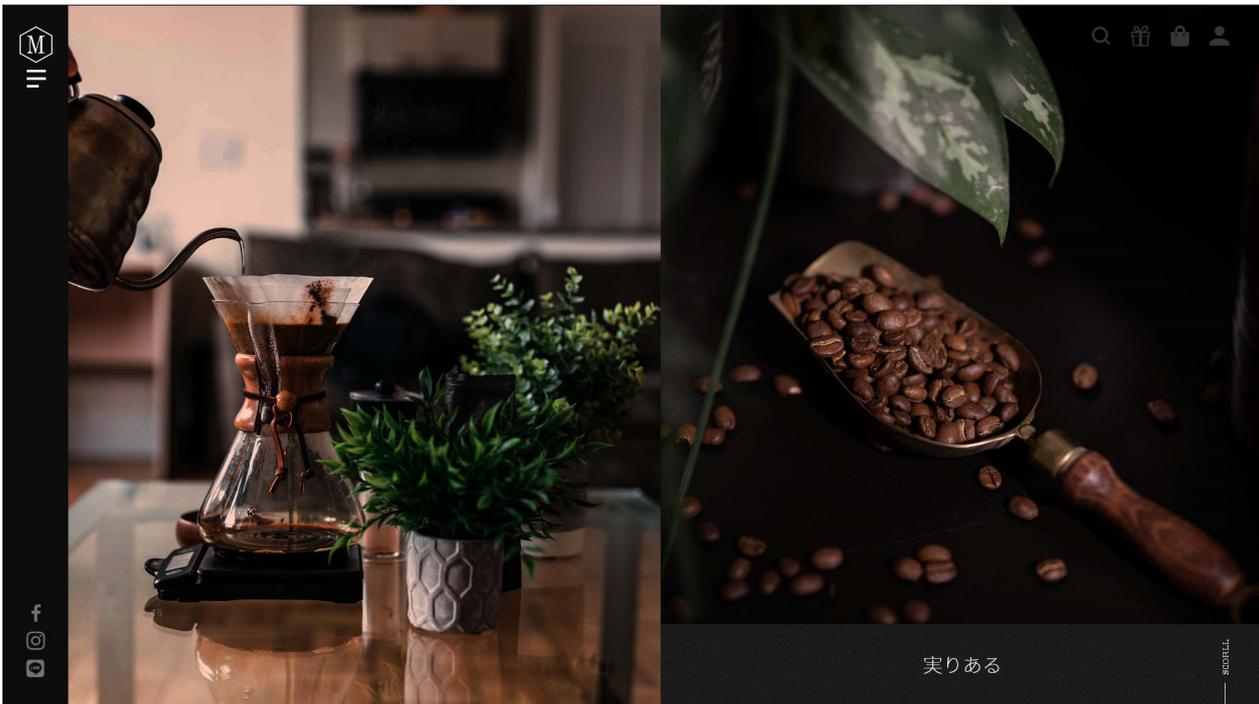


凱薩路易斯火山藝伎

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。

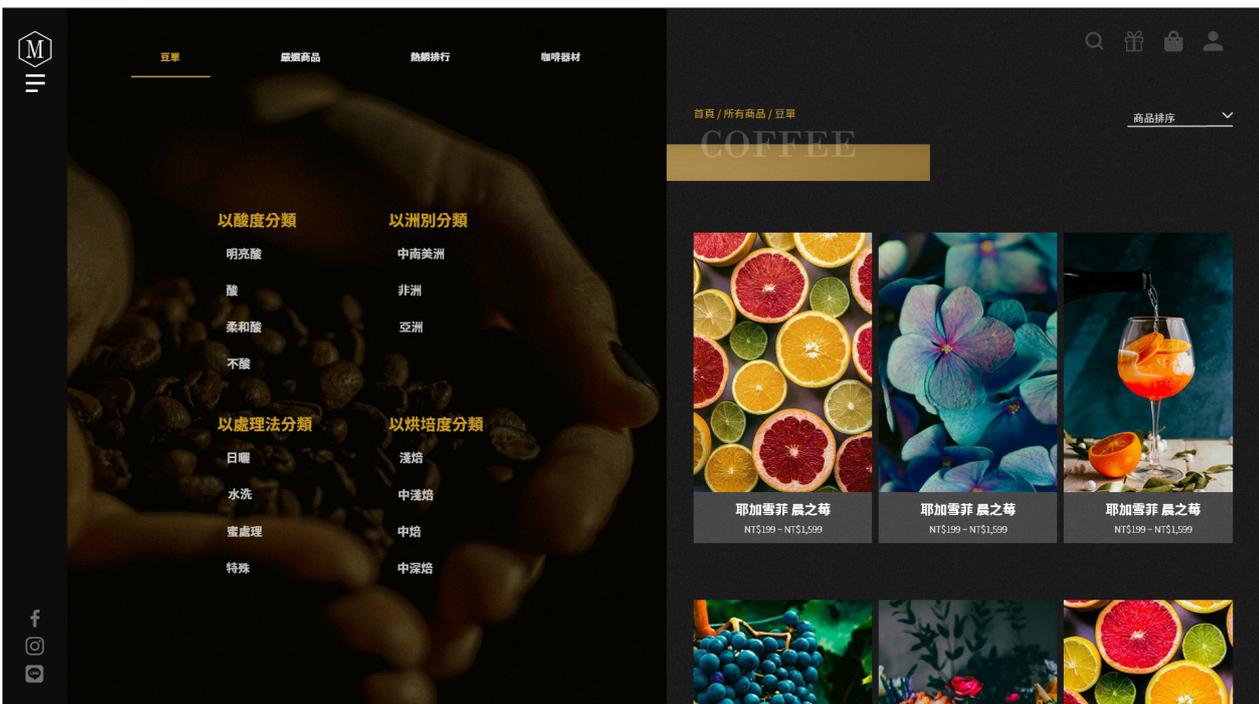
#3 首頁

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。

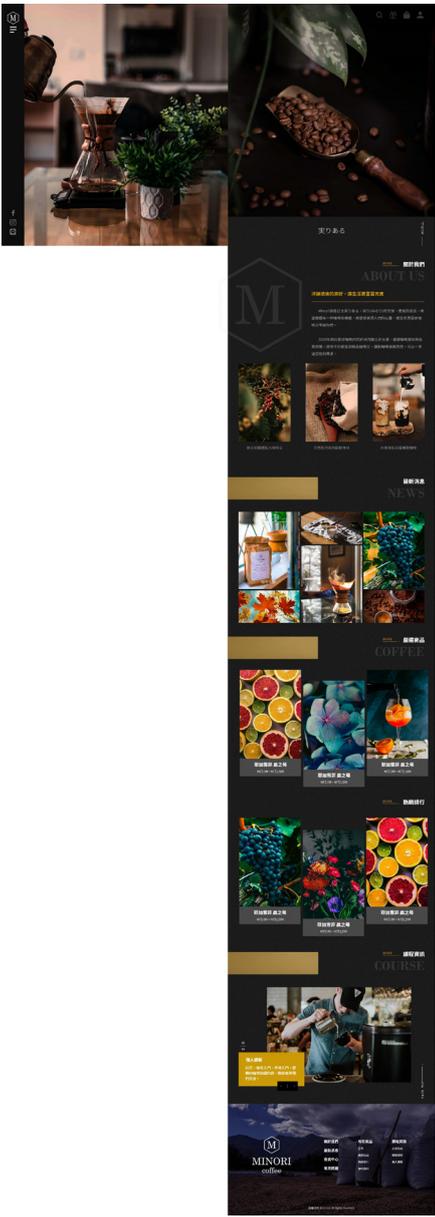
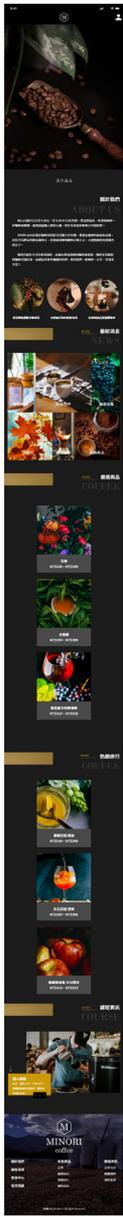


網頁中沒有使用多餘的色調，主要為了使使用者將視覺焦點放在咖啡豆商品圖上，營造最好的購物體驗。

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。

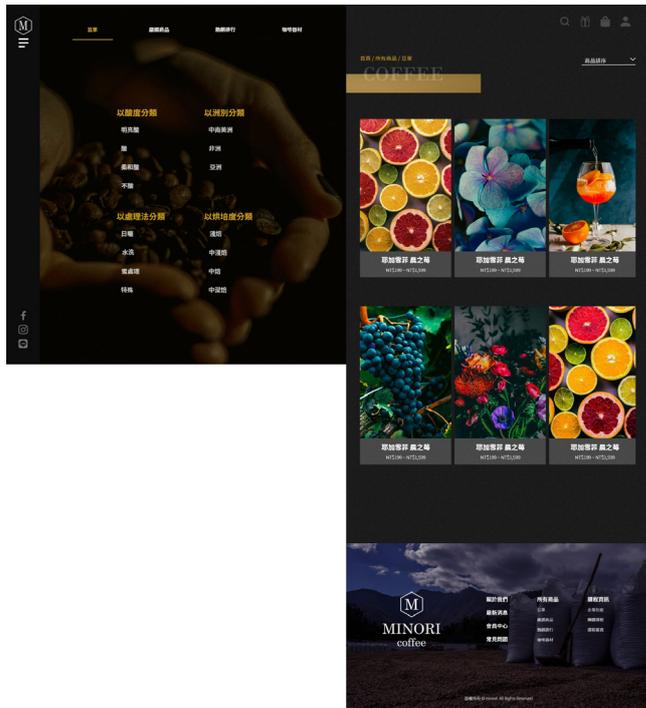
在此設計理念下，於瀏覽主要商品時，能讓商品圖以最大的方式呈現，使視覺能成為購物中最明顯的地方，也成為 MINORI 網站的主要賣點。

首頁	
桌機版	手機版
	

視覺設計

商品頁

桌機版

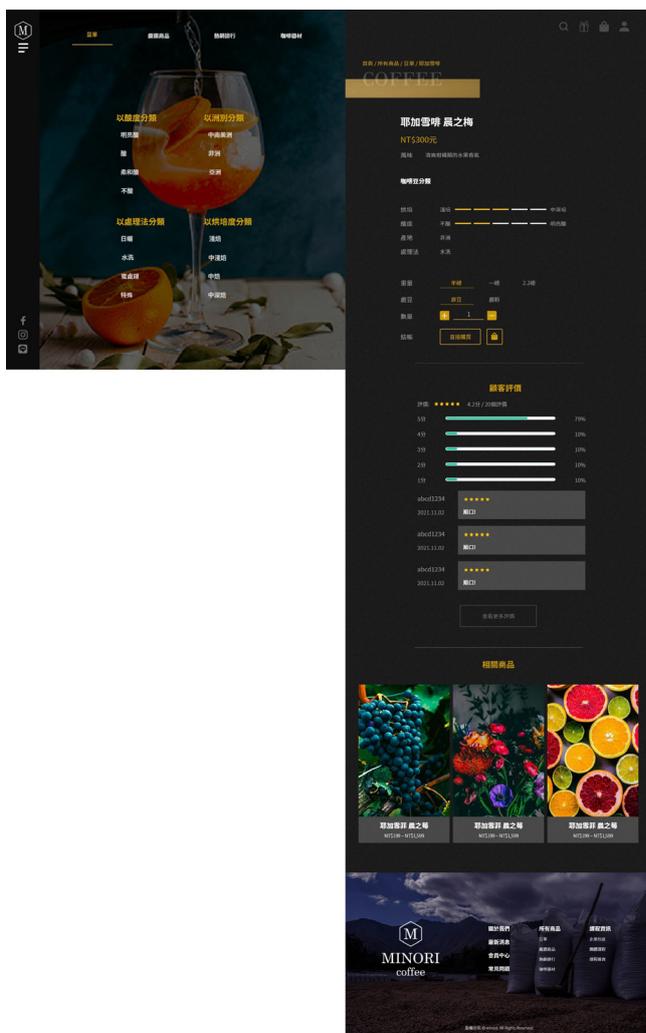


手機版



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。

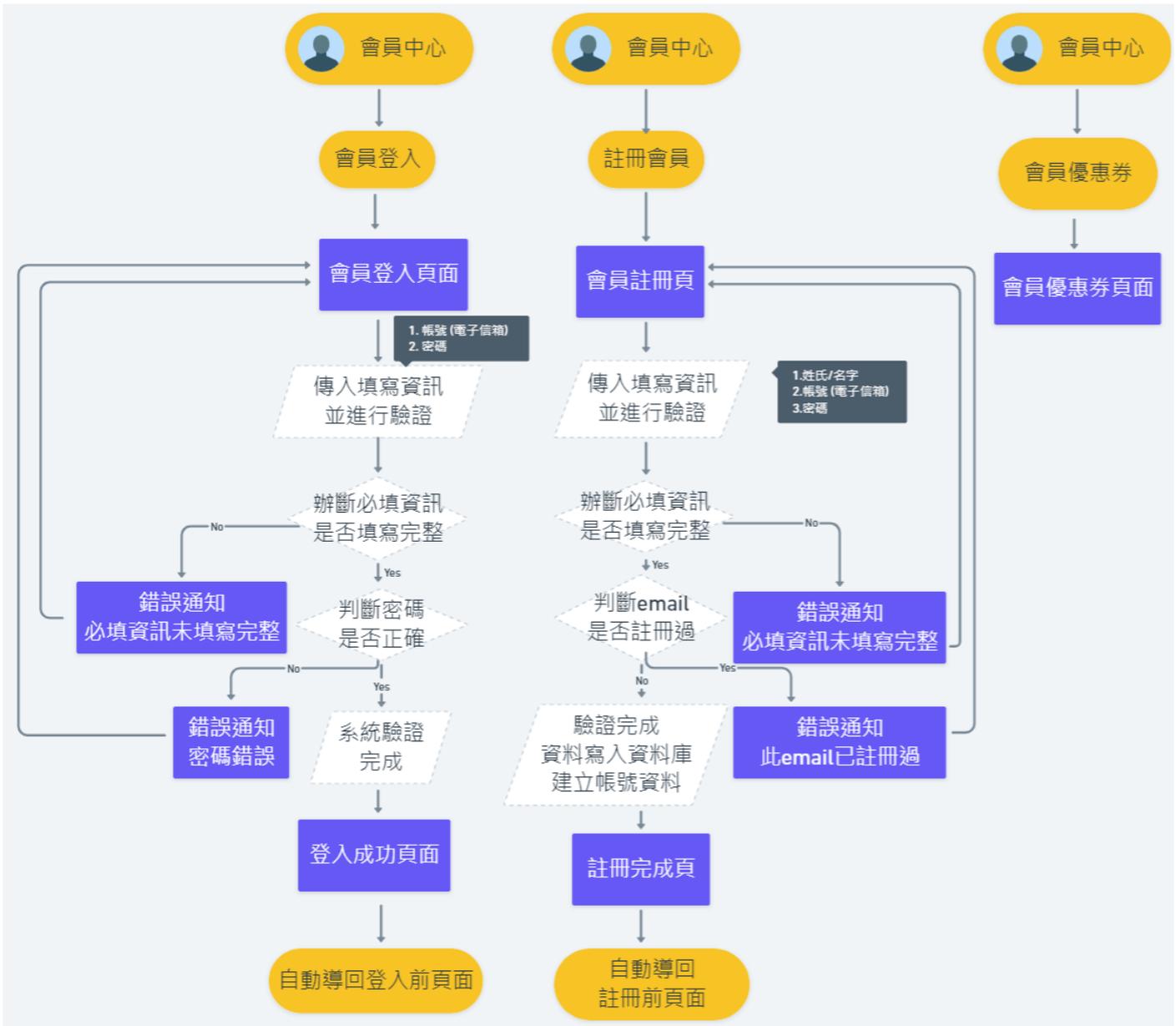
#10 RWD 響應式設計



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

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

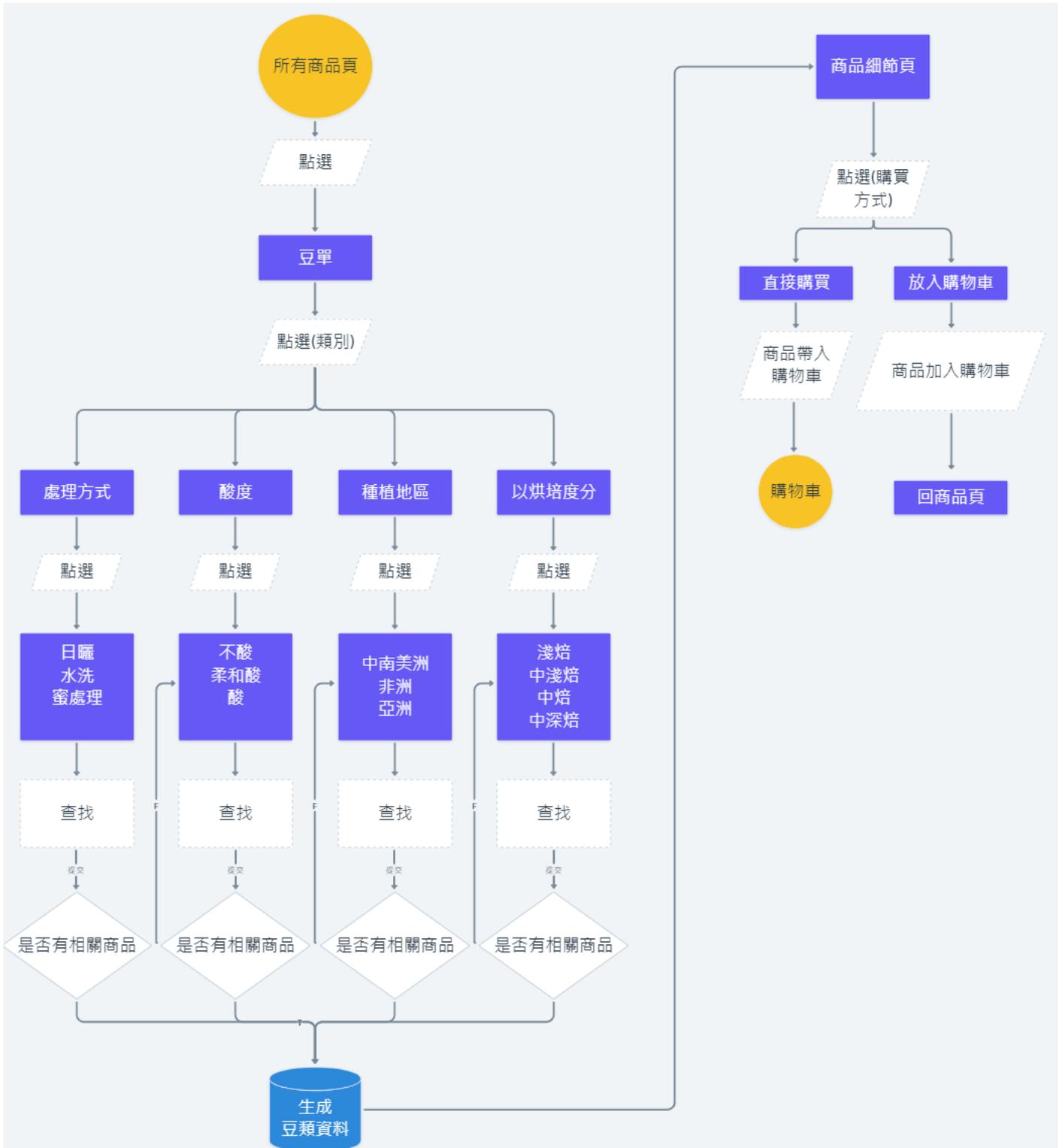
理想狀態	起始狀態	載入中狀態	局部狀態	極限狀態	錯誤狀態
成功修改 會員資訊	未修改 會員資訊	資料驗證中	部分資料 填寫完成		修改資料 不符合規範

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



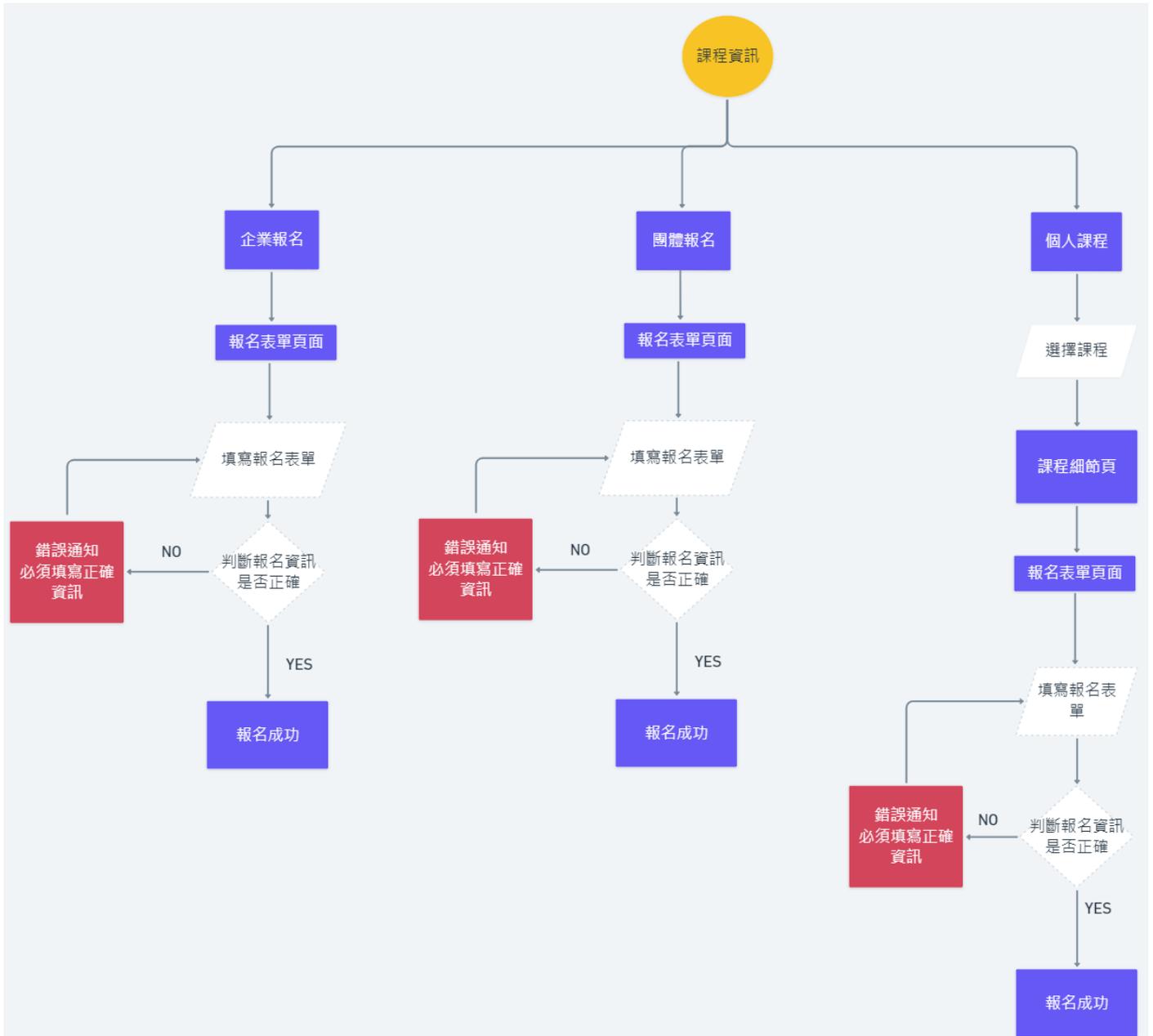
所有商品

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



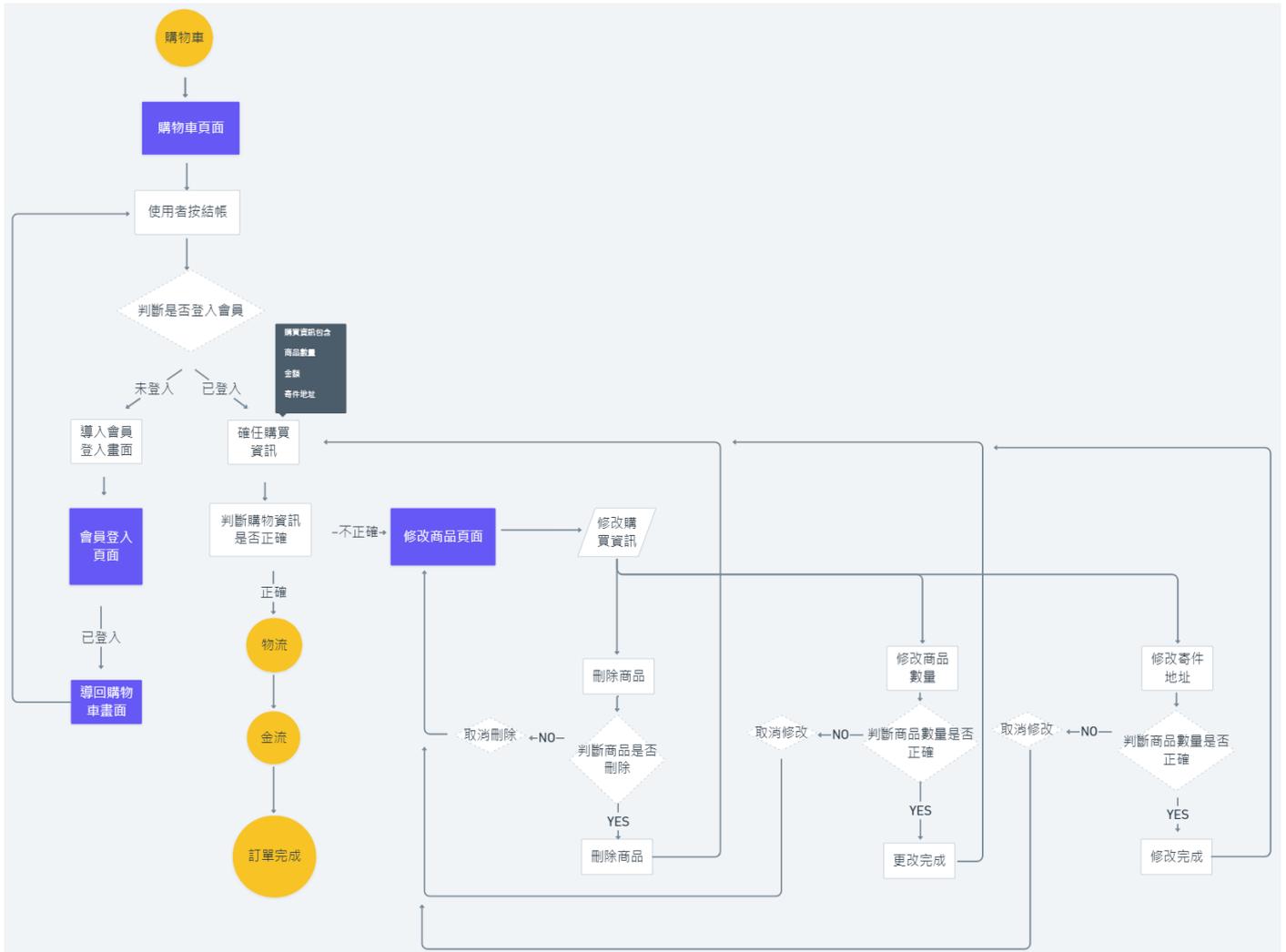
課程資訊

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



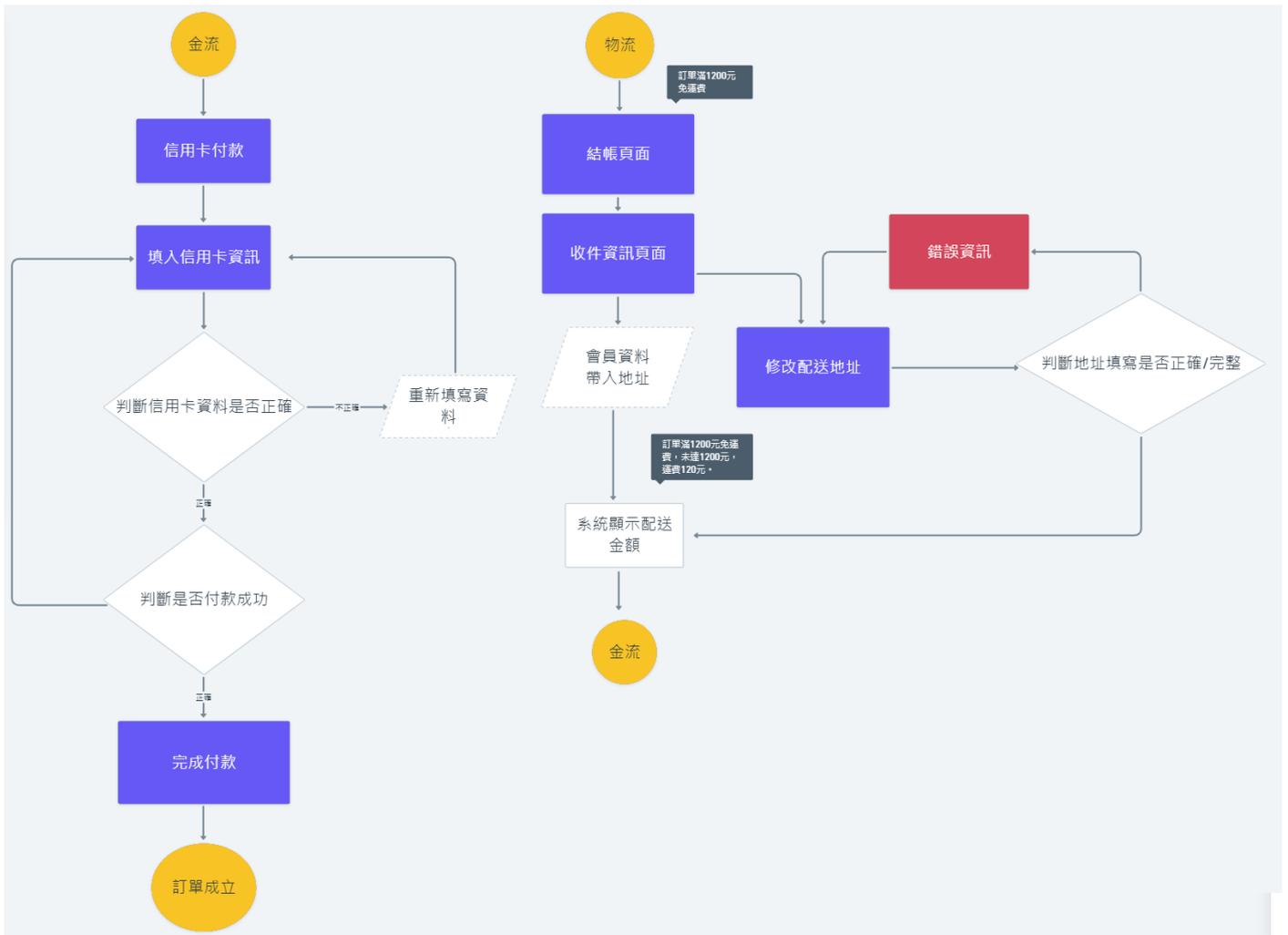
購物車

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

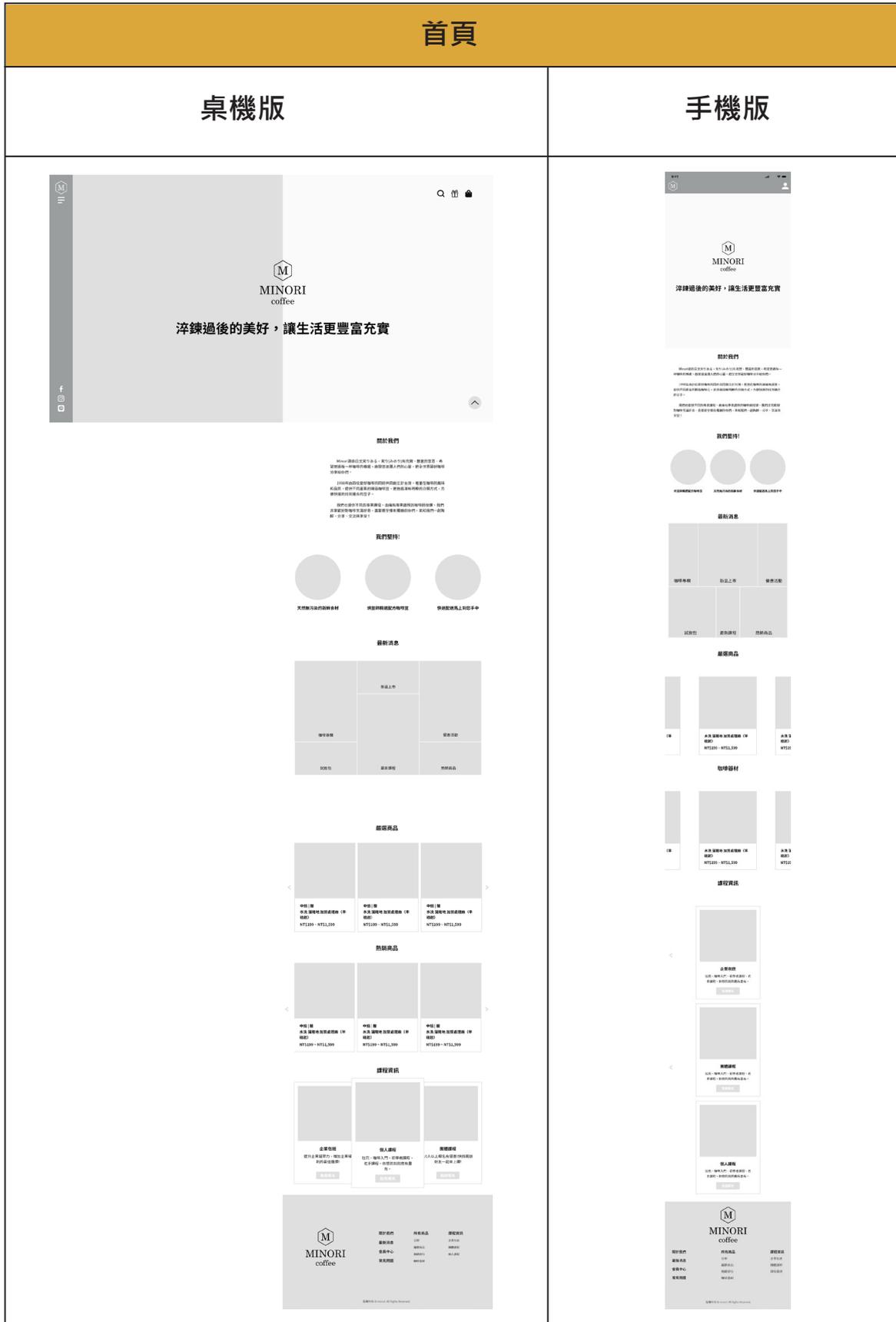
理想狀態	起始狀態	載入中狀態	局部狀態	極限狀態	錯誤狀態
完成付款	未付款	資料驗證中	部分資料填寫完成		信用卡資訊錯誤

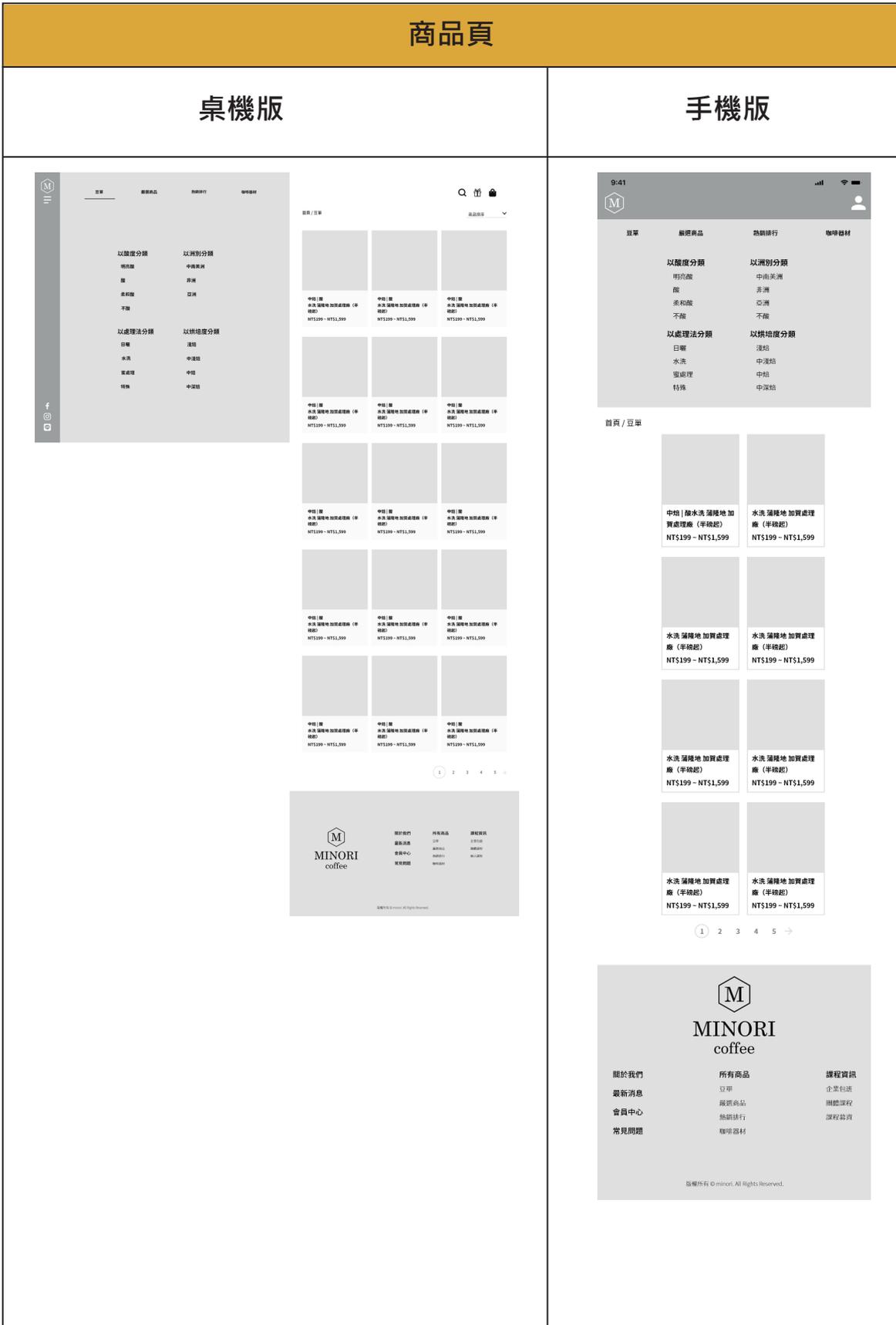
物流

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

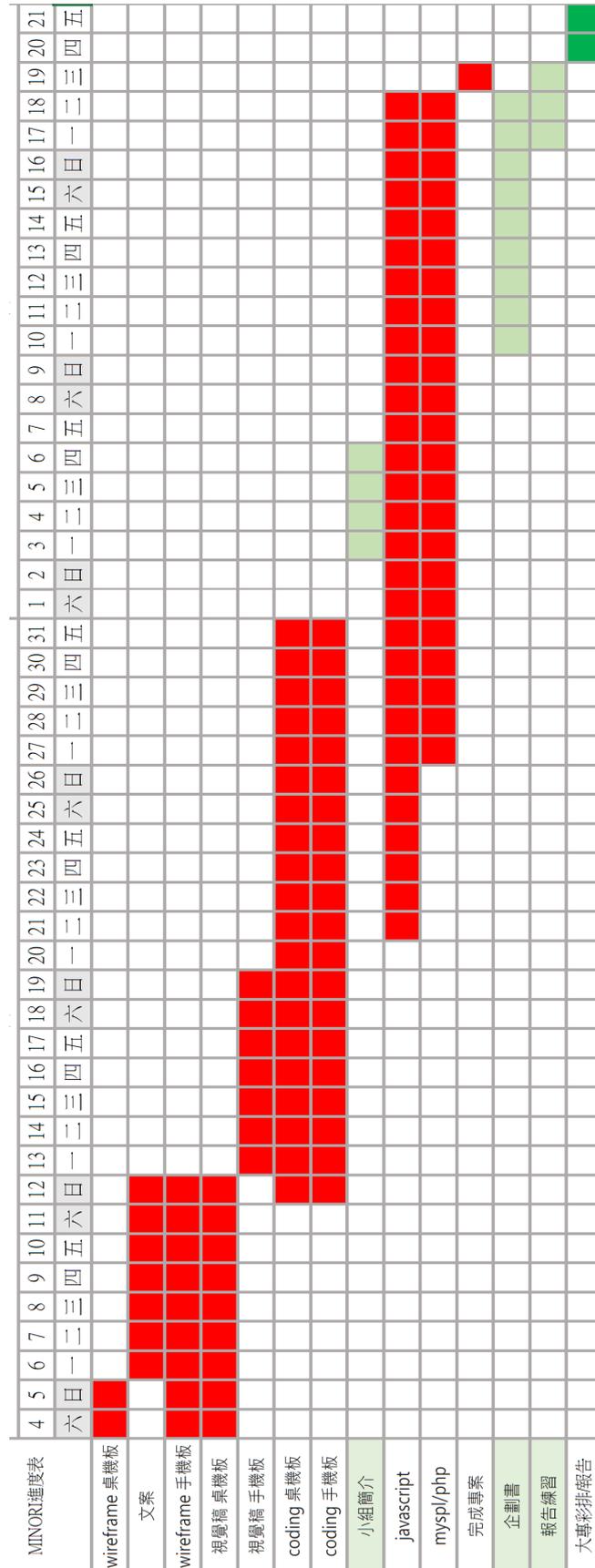
#9 插件應用

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

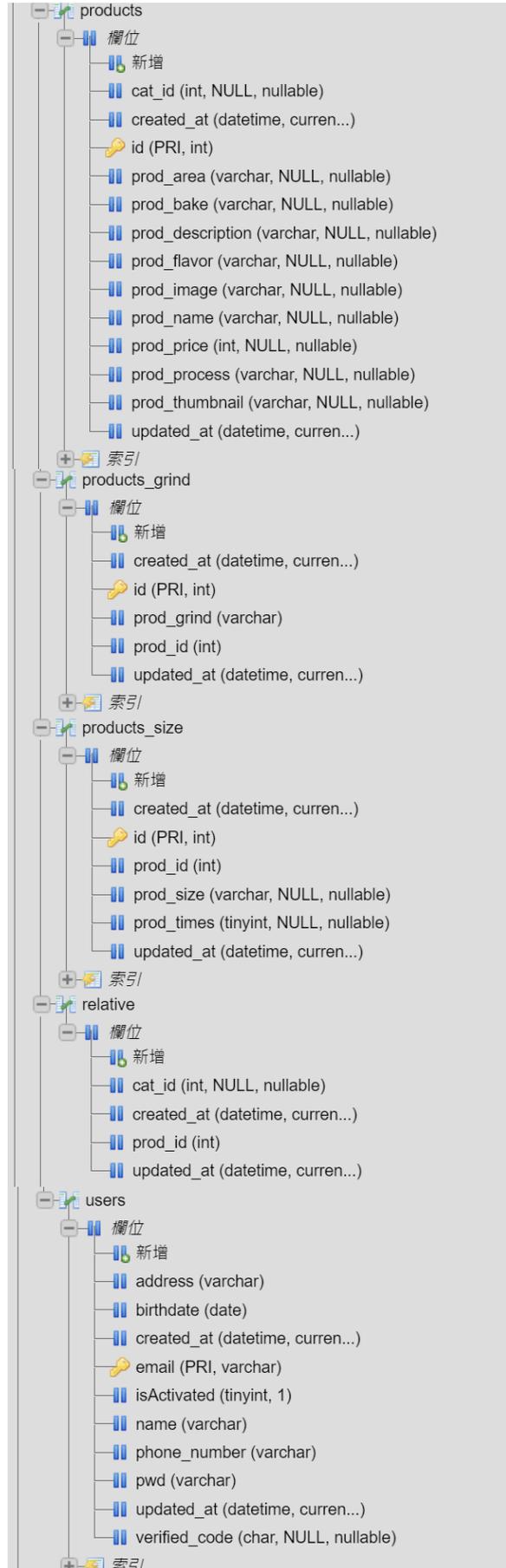
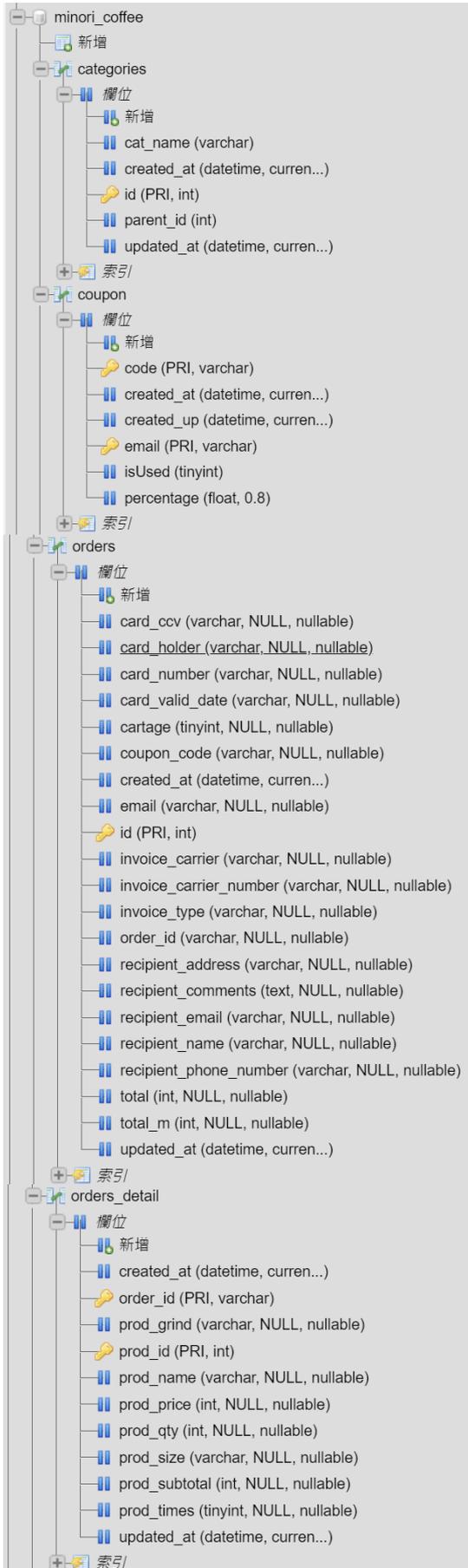
#10 Google 搜尋引擎

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

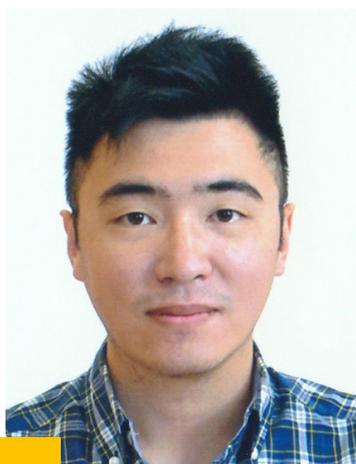
Function Map、Flow Chat、UI flow

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

