

逢甲大學學生報告 ePaper

以月老廟參拜流程之服務設計專題報告

A Case Study of Service Design for the God of Love Visiting

組員：鄭紫葳、張容慈、李詩韻、黃則郡、謝旻樺、林佳瑩

系級：行銷三甲、行銷三乙

學號：D0941908、D0941972、D0941837、D0941468、D0959784、

D0959456

開課老師：李悅端

課程名稱：體驗與服務設計

開課系所：行銷學系

開課學年：111 學年度 第 1 學期

中文摘要

在現代的情感世代中，有著不確定性、反單一等特質（鄭瓊月&趙柯，2016），能夠擁有一段好姻緣且遇到靈魂伴侶是人一生所盼望之事，想求得姻緣與為情所困的人，都會使用許多方法去達成或是解決問題，而參拜月老是許多人認為最親和與寄託希望的方法。本期末報告選擇樂成宮月老廟為研究對象，目標是運用服務設計方法，從參與者的角度來觀察參拜問題，並提出可能的設計方案。經過小組田野觀察與實際參拜月老後，我們整理出的兩個主要參拜問題：「廟宇流程動線混亂」與「參拜前準備的資訊龐大且說法不一」。本報告運用使用者旅程地圖與人物誌方法等，經過小組腦力激盪討論，提出一套月老廟之手機線上 APP 闖關遊戲。此闖關遊戲串連每一個樂成宮之神明殿，讓參拜月老過程有趣化且能藉由遊戲更了解參拜過程更深層的意義；此 APP 包含參拜路線地圖、月老參拜 Q&A、線上語音客服即時解答等，提供多功能的服務，幫助使用者順利參拜並得到更好的體驗，讓使用者能夠有效率且有意義的完成參拜月老行程。

關鍵字：服務設計、樂成宮、使用者旅程地圖、同理心地圖、服務藍圖

Abstract

Most people's ultimate romantic goal is to find their soul mate and have a happy, lasting relationship with them. There are many strategies for helping people who want to develop a good relationship with someone or resolve their relationship issues. In Taiwan, praying to the God of Love is considered the most widely used and intimate method. This paper aims to investigate the process of visiting the God of Love in Le Cheng Temple of Tai Chung and propose a design solution. After observing and participating in the process of visiting God of Love, we identified two significant problems. One is "the correct rout of visiting all gods in different locations is confusing", and the other is "the ritual information of preparing for visiting the temple is overwhelming and has different opinions." Therefore, we intended to apply the research method of service design to determine the causes of these issues and to develop a design solution. After adopting the methods of user journey map and persona, we propose a set of APP tools that will make the process of visiting all of the gods less tedious and more informative. In this tool, mission games serve as a mediator for introducing each hall of gods and their respective histories. People could use the map in an application that includes the instructions for locating the temple, FAQs visiting the God of love, and an instant online service for interpreting fortune poems. Through the use of this APP design solution, visitors to the God of Love in Le Cheng Temple can complete the process their visit quickly and have a memorable and meaningful experience.

Keyword : service design, Le Cheng Temple 、 user journey map, empathy map 、 service blueprint

目 次

| | |
|--------------------|----|
| 一、研究背景與動機..... | 6 |
| 1.1 研究動機..... | 6 |
| 1.2 台中樂成宮背景簡介..... | 6 |
| 二、問題定義與研究方法..... | 7 |
| 2.1 研究方法..... | 7 |
| 2.2 參與觀察..... | 8 |
| 2.3 影隨法..... | 9 |
| 2.4 深入訪談..... | 10 |
| 2.5 脈絡調查..... | 10 |
| 三、月老廟參拜流程分析..... | 11 |
| 3.1 同理心地圖..... | 11 |
| 3.2 人物誌..... | 13 |
| 3.3 使用者旅程地圖..... | 14 |
| 3.4 問題定義與小結..... | 15 |
| 四、設計發想與解決方案..... | 16 |
| 4.1 價值主張圖..... | 16 |
| 4.2 服務藍圖..... | 16 |
| 4.3 模擬情境..... | 17 |
| 五、結論..... | 19 |

圖 目 錄

| | |
|---------------------|----|
| 圖 1 研究流程 | 8 |
| 圖 2 月老面參拜之影隨法 | 9 |
| 圖 3 目標客群同理心地圖 | 11 |
| 圖 4 大壯人物誌 | 13 |
| 圖 5 小美人物誌 | 13 |
| 圖 6 使用者旅程地圖 | 14 |
| 圖 7 價值主張圖 | 16 |
| 圖 8 服務藍圖 | 17 |
| 圖 9 模擬情境示意圖 | 18 |



表 目 錄

| | |
|----------------------|----|
| 表 1 參拜月老廟之脈絡調查 | 10 |
|----------------------|----|



一、研究背景與動機

1.1 研究動機

宗教是人類發展到一定歷史階段後產生的社會現象，是許多人絕對依託的情感支柱（蕭名君，2011）。由於愛情和婚姻的不確定性，如何找到“命中註定的緣分”成為了當今年輕男女的共同話題和問題。如果一段感情的需求受阻且無法解決，人們容易祈求婚姻神的保佑，尋求解決之道（蕭名君，2011）。

本團隊出於好奇之心，決定實際走訪一趟月老廟並參拜月老。根據網路推薦的參拜月老的廟宇名單，我們選擇了台中旱溪樂成宮月老廟。在實際探查前，我們在網路上查閱了許多相關資訊，發現參拜資訊琳琅滿目，說法不一。參拜月老廟時，雖然在出發前先瞭解了相關參拜事宜，但仍不清楚正確的參拜流程是什麼，而且擔心觸犯禁忌，最終也不確定自己是否順利完成了參拜。

本報告希望能夠通過服務設計的研究方法，改善本團隊所發現的問題，探討使用者內心需求與痛點，併發想出解決方案，協助使用者順利參拜月老廟並求得好姻緣。

1.2 台中樂成宮背景簡介

臺中旱溪樂成宮，位於臺中市東區旱溪的媽祖廟，興建於西元 1753 年，於民國 74 年被列為第三級古蹟，而因建築、文物與遶境活動分別被列為臺中市文化資產的市定古蹟，在地方上具有信仰、教育、人文、藝術等意義（林婷婷，2009）。相傳先民林大發於乾隆時期渡台開墾，為求渡台且開墾順利，便恭迎湄洲天后宮之「老二媽」金尊來台，林氏一行人經過本宮現址，而媽祖顯靈，於是選擇此地興建廟宇奉祀神明。

財團法人台中樂成宮全球資訊網中提到：「樂成宮的建築格局採用了傳統中國廟宇建築風格，包括三進、三開間的大殿，左右廂房，以及護龍牆、石馬、石獅等傳統建築元素。樂成宮目前奉祀主神為天上聖母，其他神明有玄天上帝、關聖帝君、玉皇上帝、三官大帝、月老星君、註生娘娘、文昌帝君、五路財神等。」

二、問題定義與研究方法

2.1 研究方法

服務設計強調以使用者為中心，透過服務流程分析使用者需求，定義問題並提供解決方案，以打造能讓使用者擁有美好體驗的服務流程（Stickdorn & Schneider, 2013）。服務設計是多個領域的集合，且隨著產業及個案不同，服務所涉及的要素也各有不同。

在樂成宮月老廟服務設計的研究中，由於參拜月老廟的使用者種類及人數眾多，我們採用田野調查、參與觀察法和深入訪談等資料蒐集方法進行研究，旨在探討使用者遇到的問題。接著，使用脈絡調查法對田野調查所得的資料進行歸納整理，再利用同理心地圖記錄參拜流程中目標受眾所感受的換位思考，以人物誌創造目標客群並釐清他們的需求和感受。

然後，運用使用者旅程圖描繪出使用者在參訪流程中的感受和整個服務流程的情境，找出使用者的痛點並定義此專案問題點。定義專案問題後，利用價值主張圖描述顧客期望，並從我們的服務中找出對顧客有利益的點。最後，使用服務藍圖描繪出本組所設計的服務流程，並利用模擬情境完整呈現所設計的服務流程。流程如下圖(圖 1)。

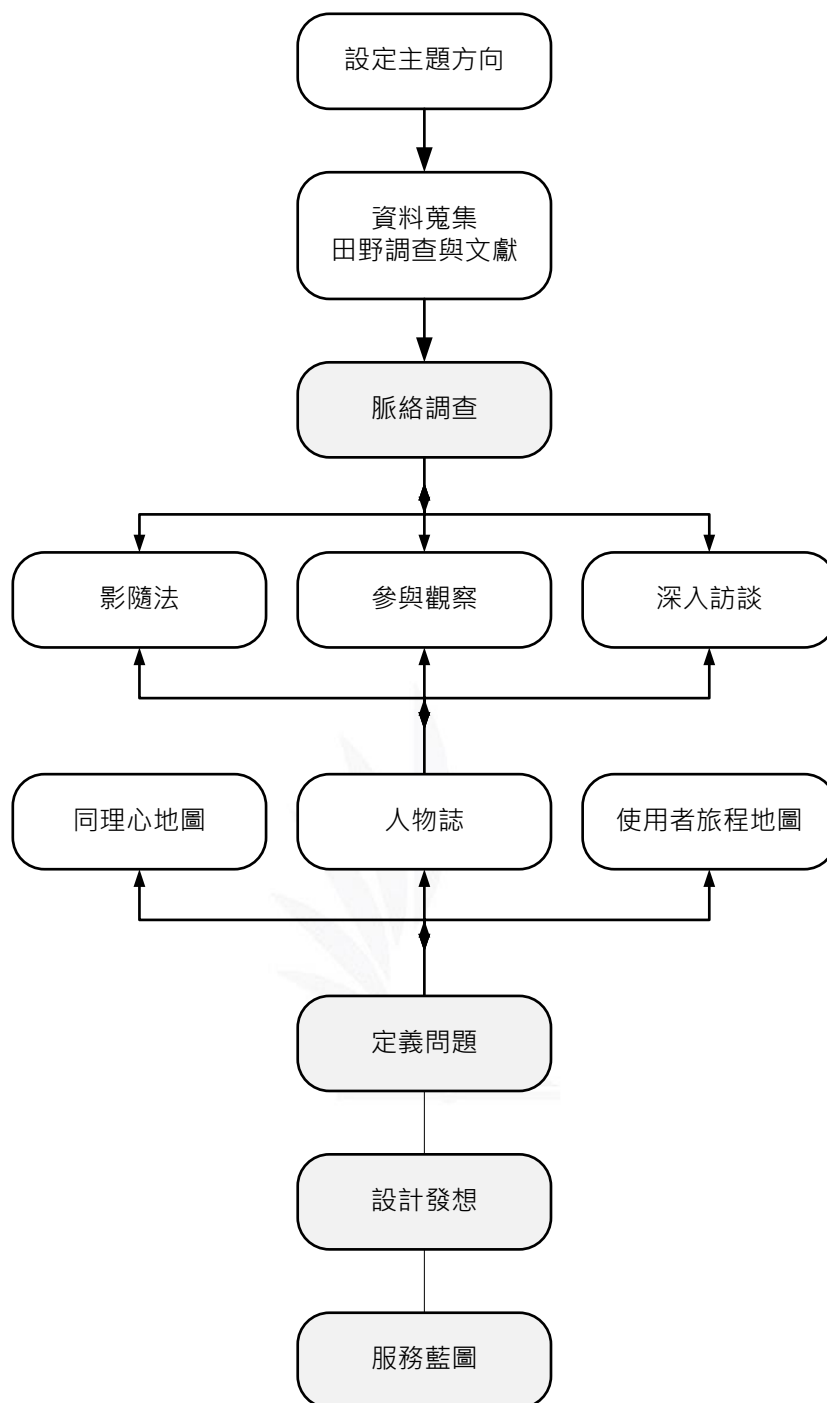


圖 1 研究流程

2.2 參與觀察

參與觀察是一種田野調查方法，讓研究者沉浸在研究對象的生活中。在參與式觀察的過程中，研究者不僅要客觀地觀察使用者的行為，還要盡量避免「觀察者效應」，並解讀他們的肢體動作。依研究者觀察程度可分為完全參與者與完全觀察者。前者可能會對觀察對象隱藏身分或是被揭露，也因觀察對象是

否做一些動作或是不相信他的信念與價值，在過程中並沒有客觀地檢視觀察對象，影響整個研究結果。後者可能因為缺乏參與而導致研究結果較為空泛且簡略。

因為本組組員大多沒有參拜月老的經驗，較無先入為主的想法，所以我們將自己定位為完全參與者。透過「影隨法」跟隨使用者，並實際走完參拜行程，較能全面且客觀地了解使用者的心境與困難點。最後使用深入訪談探討使用者的觀點與想法。。

2.3 影隨法

我們先選擇小組之目標使用者：年輕客群(18-30 歲)，並跟隨一名要進入樂成宮月老廟參拜的使用者，觀察並記錄使用者的參拜流程。使用此影隨法，初步觀察並紀錄使用者所遇到的問題，之後再利用訪談法更深入地了解使用者的內心需求並探討問題所在。以下是影隨法中跟隨使用者的圖片(圖 2)。



圖 2 月老面參拜之影隨法

2.4 深入訪談

除了訪問影隨法中所跟隨的人外，我們還訪問了其他三名參拜月老的使用者，以便更全面地了解參拜月老的使用者需求和問題所在。以下是我們在實際參訪前設計的訪談題目：

1. 職業、
2. 感情狀態、
3. 求姻緣還是情侶感情順利、
4. 參訪過程中有無遇到困難、
5. 是否有拜過月老、
6. 和與其他算命不同之處為何。

根據以上訪談內容，經由統整後我們得到以下結論：(1)年齡、性別、職業和感情狀態並不會影響參拜月老的意願；而依照其祈求的目的可以分為求姻緣（單身）和感情順利（有交往對象）；(2)在參訪過程中所遇到的困難中，「不清楚參拜流程」是每個受訪者都有遇到的問題，而男性受訪者中較為不同的是「不清楚要詢問月老什麼問題」。(3)在受訪者中有其他算命信仰經驗的人都覺得算命和拜月老求姻緣有明顯差異；最後在為何選擇參拜月老而不是使用其他方式求得姻緣或感情順利中，則可分為「跟風」、「心靈滿足」和「解除傳聞疑問」。

2.5 脈絡調查

脈絡調查的目的在於幫助釐清並建構情境中的整體脈絡，對情境中的人、事、物、地點、時空等元素之間的相互關係與因果關係進行脈絡分析（羅歆慈，2017）。經過深入訪談後，我們將訪談內容整理並歸納為以下脈絡調查表，讓團隊能夠了解並區隔目標客群。

| 使用者（誰） | 脈絡 | | 事(Jobs-to-be-done (JTBD)) | |
|--------------------------|---------------|-----------------------|----------------------------|-------------------------|
| 有信仰，對占卜、算命很有興趣，喜歡神祕學氛圍的人 | 人 (跟誰互動) | 廟方人員、 香客 | 任務 | 完成何種需求 |
| | 物 (透過何種物) | 貢品、金紙、 紅線、籤、喜糖、香、筊 | 接收月老的指示 | 解決心中對愛情的疑難雜症 (驗證、寄託) |
| | 時間狀態 (急迫性) | 出社會前得到一段戀情 | | |
| | 環境 | 其他宮廟、 眾多神明殿 | | |

表 1 參拜月老廟之脈絡調查

三、月老廟參拜流程分析

3.1 同理心地圖

完成使用者旅程圖的情境模擬後，我們使用同理心地圖，理解且換位思考目標客群所處的狀況或情緒，分析不同區塊之間(想法、看、聽、說與做)的相關性，最後分析痛點與問題點。

以下為大壯與小美的同理心地圖：

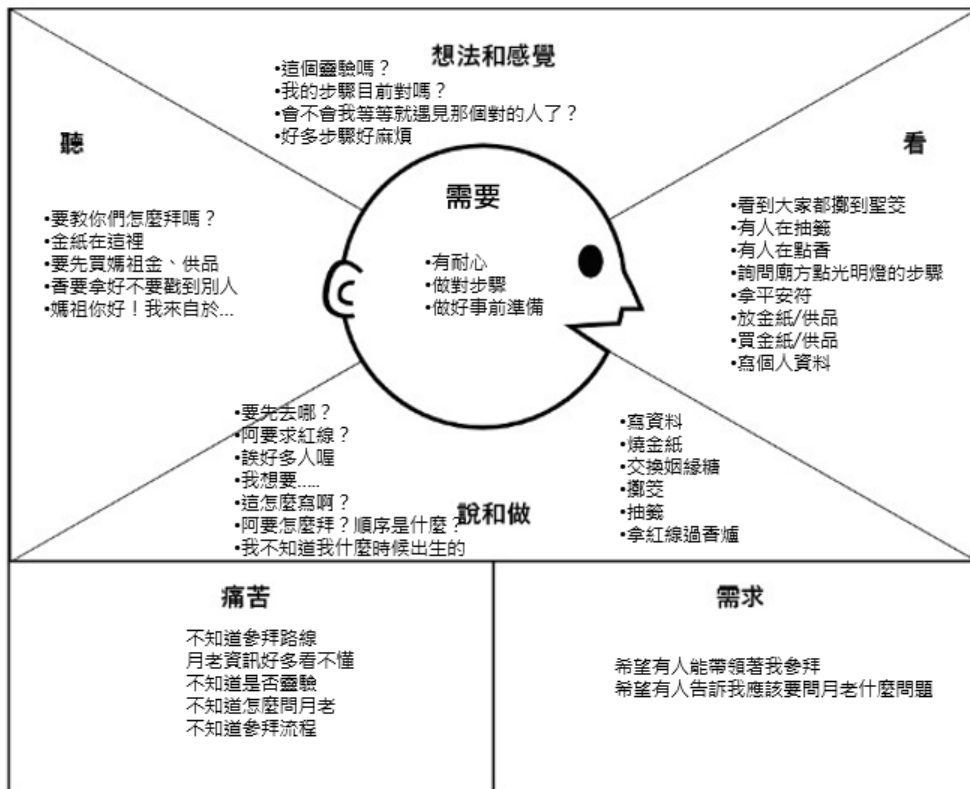


圖 3 目標客群同理心地圖

以上之同理心地圖分析：

1. 想法與感覺：使用者的立場和看法
2. 看：使用者在樂成宮看到其他人做了什麼
3. 聽：使用者在樂成宮聽到其他人說了什麼
4. 說和做：使用者自己在樂成宮做了什麼、和別人說了什麼

根據上圖，我們觀察到由於使用者為初次參拜樂成宮月老廟，在痛苦的表格中，因疑問而造成問題佔多數，且直接反映在說和做的行為上，例如要先去

哪？怎麼寫？怎麼拜？等，所以在需求方面，則希望有人能夠指引他們參拜並且清楚告訴他們資訊。



3.2 人物誌

服務設計旨在以人為本，以使用者的觀點陳述或理解整個服務設計的流程，而人物誌雖然是團隊虛構創造的，但能使我們更能了解有相似服務需求的族群，建立對使用者的同理心，並能表現出使用者的觀點，檢視他們的任務為何。

由於樂成宮月老廟的目標客群人數眾多，我們依照脈絡調查表的目標客群，創造出兩種不同性別的人物誌，分別是大壯 Jaja 與小美。人物誌圖片敘述

| | | |
|---|--|--|
|  | 常說的話 談我到底什麼時候才能交到女朋友 | |
| | 行為特徵 大壯是一個很愛面子的鋼鐵直男，很愛在女生經過時候投空氣籃球來吸引女生的注意，然後他喜歡在一個人騎車的時候聽podcast，他唾棄在網路上找另一半的人，他覺得網路沒有愛情，而且交友app不真實。 | |
| 基本資料 名字：大壯(Jaja) 年齡：33 職業：籃球教練 | 任務需求是甚麼？ 當... <ul style="list-style-type: none"> ● 我遇到了心儀的對象 我想要... <ul style="list-style-type: none"> ● 問看看月老的指示，知道我有沒有機會 這樣我... <ul style="list-style-type: none"> ● 就更有信心做下一步 | 完成此任務的困難點在哪裡？ 不知該如何清楚的表達對感情的疑問 意義為何？ 對脫單的目標更有自信 |
| 異性接觸機會：●●○○○ 信仰程度：●●○○○ 注重隱私程度：●●●●○ 空窗期：2個月 | | |

如下：

圖 4 大壯人物誌

圖 5 小美人物誌

| | | |
|---|---|--|
|  | 常說的話 來看看今天的運勢如何 | |
| | 行為特徵 小美的個性優越，課業工作忙碌且有完美主義的人，每日起床都會習慣看星座運勢、偶爾算算塔羅牌，且經常在想把事情做好或想美美出門時，無法準時完成作業或赴約。 | |
| 基本資料 名字：小美 年齡：21 職業：學生 | 任務需求是甚麼？ 當... <ul style="list-style-type: none"> ● 我聽說月老廟很靈驗時 我想要... <ul style="list-style-type: none"> ● 有效率並且正確的參拜月老 這樣我... <ul style="list-style-type: none"> ● 在現場時就能不用耽誤太多時間，延遲之後的行程 | 完成此任務的困難點在哪裡？ 拜月老有太多說法，不知道哪一個才是正確的 意義為何？ 為了節省時間 |
| 異性接觸機會：●●●●○ 信仰程度：●●●●● 注重隱私程度：●●○○○ 空窗期：21年 | | |

3.3 使用者旅程地圖

使用者旅程圖是服務設計中以人為本的工具之一，且包含了服務設計五大原則，分別為使用者為中心 (user-centered)、共同創造的 (co-creative)、循序性 (sequencing)、實體呈現的(有證據的) (evidencing)、全面考量的 (holistic)。製作旅程圖以使用者為中心，了解人們對使用者的感受，人們如何使用服務以及對服務有什麼更多的期待，有順序地將無形服務體驗的各種時刻、步驟、接觸點間全面的實體呈現，且討論彼此間互相作用和關係，幫助我們找到顧客體驗中的缺失 (Stickdorn & Schneider, 2013)。

我們以大壯 Jaja(藍線)與小美(紅線)為使用者目標人物，並參考訪談內容與實際參與觀察後，撰寫以下之使用者旅程地圖。

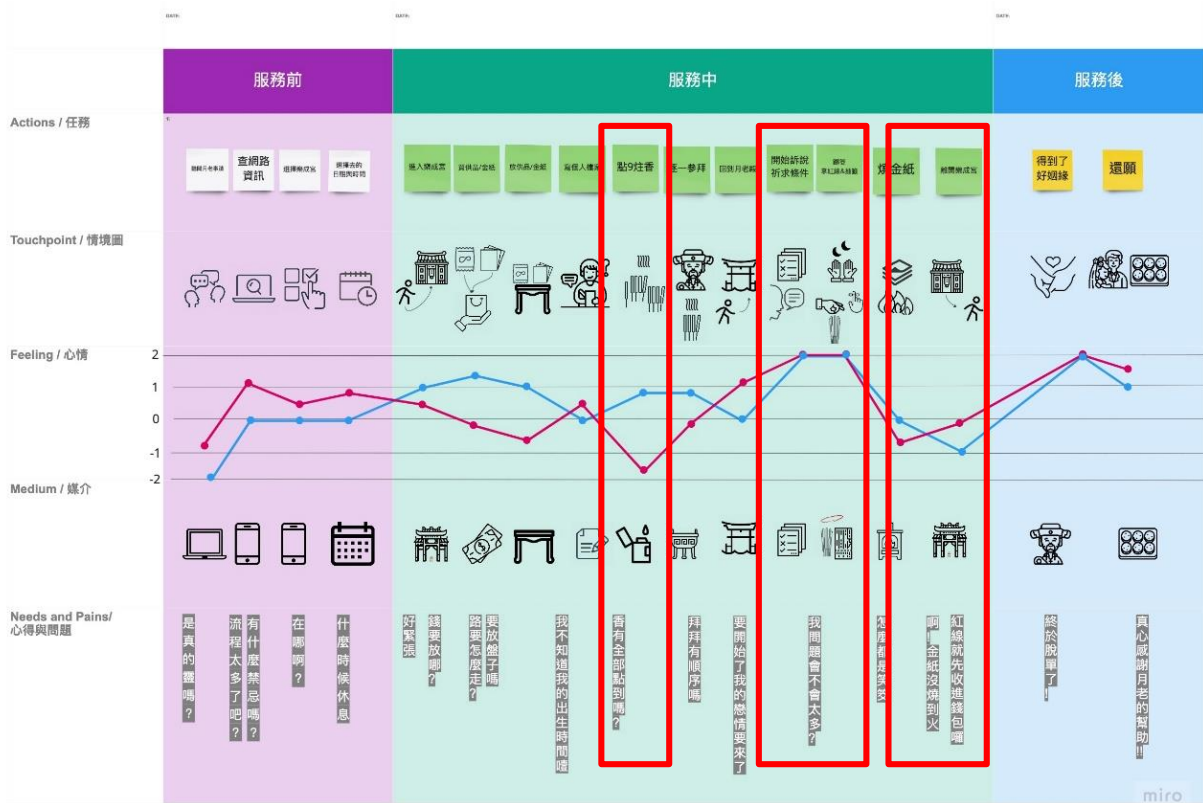


圖 6 使用者旅程地圖

根據圖片顯示，情緒最低點為女方在點九炷香時，因動線不明確所以導致情緒低落，而情緒最高點時，是雙方在開始對月老訴說條件、擲筊、求紅線與籤時，內心會因充滿愛情的嚮往與期待時而導致情緒升高，而離開月老殿後情緒會迅速掉落。

3.4 問題定義與小結

根據上述研究結果，我們將客群定義為對情感迷惘、同時喜歡神秘學氛圍且注重隱私的人。他們想要拜月老求姻緣，這樣就能得到情感上的寄託，滿足對愛情的嚮往，並且有信心地做每一步決定。然而，他們不想花太多時間在蒐集月老相關資料上。我們可以將使用者的問題定義為以下兩點：

1. 使用者不清楚樂成宮參拜流程
2. 使用者不清楚參拜資訊

在同理心地圖中，明顯可以看出使用者的痛點是因不清楚參拜資訊與流程，而導致疑惑；在使用者旅程地圖中也能看到在疑惑時，不論男或女情緒會明顯下降。相對的，使用者會希望有人能及時解決疑惑且引領他們參拜。

藉由定義問題後，可以了解使用者的未完成任務為以下兩點：

1. 顯性任務：順利完成參拜，得到月老的指示
2. 隱性任務：解決心中對愛情的疑難雜症，得到情感上的依託



四、設計發想與解決方案

4.1 價值主張圖

根據上述結論中，對於第一次去月老廟的使用者之痛點為不清楚參拜流程、月老廟資訊龐大且說法不一。經由團隊初步腦力激盪後，創造出月老參拜互動式遊戲 APP 設計的服務，再經由價值主張圖分析服務價值內容，目標客群的利益點與痛點，以下為價值主張圖：

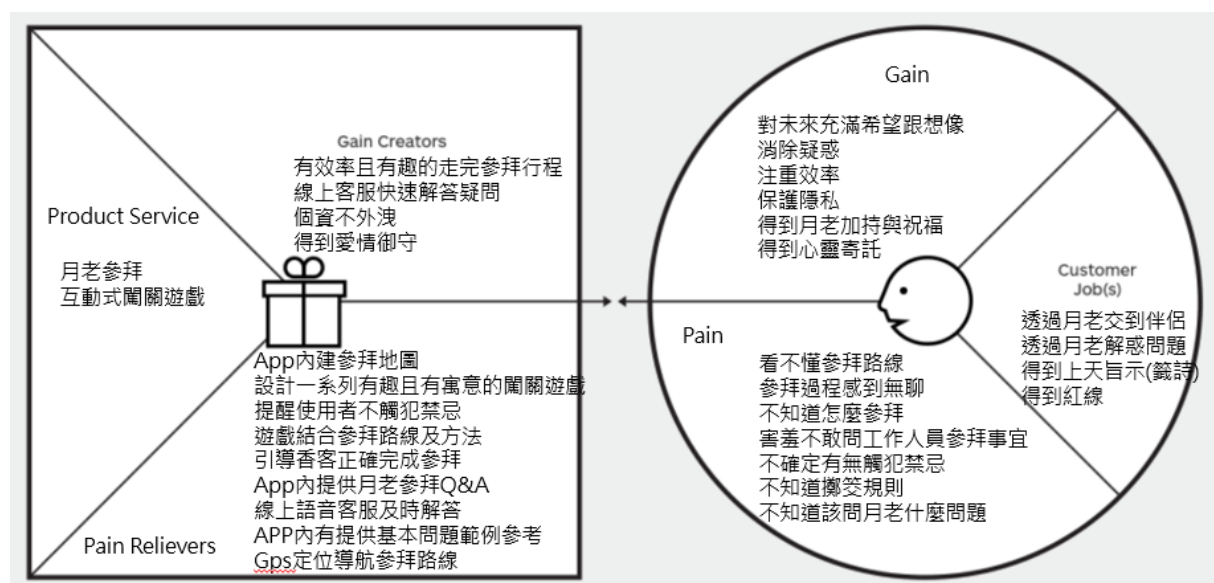


圖 7 價值主張圖

1. **提供之服務與產品：**月老參拜互動式闖關遊戲設計
2. **解決痛點：**可以解決使用者看不懂參拜路線、不了解詳細參拜事宜、參拜過程感到無聊、不敢問工作人員問題。
3. **符合期待：**闖關遊戲串聯每一個神明殿，讓參拜過程不無聊。遊戲設計寓意深遠，讓使用者能夠深入了解參拜的意義。遊戲將結合參拜路線與關卡，並利用 GPS 導航系統引導使用者正確完成參拜。若有問題，使用者可以透過 Q&A 與線上客服解決狀況。完成所有關卡後，使用者可獲得樂成宮月老加持過的愛情御守。

4.2 服務藍圖

服務藍圖為旅程圖的延伸，可以詳細描述角色與活動服務等流程，以及這些流程中彼此間的關係，連接顧客經驗與前台、後台員工流程及支援流程，編列出服務系統的地圖。前台與後台藉由可見線一分為二，「前台」是指與使用者直接接觸的人和流程，多為服務人員與服務提供，「後台」是使用者看不見的人

與流程，多為後勤人員與服務準備，「支援系統」則是由內部組職或外部夥伴所執行的活動 (Stickdorn & Schneider, 2013)。以下為本團隊所整理出月老參拜互動式闖關遊戲設計的服務藍圖：

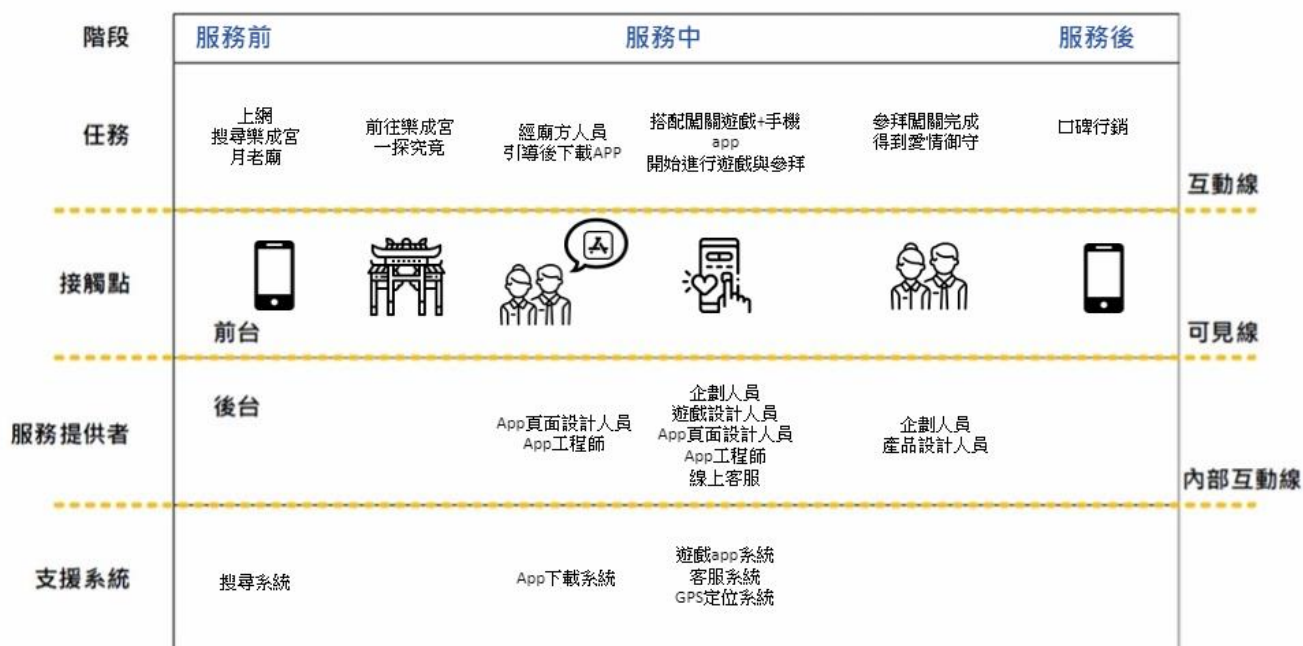


圖 8 服務藍圖

4.3 模擬情境

最後，我們透過模擬情境，將使用月老參拜互動式闖關遊戲的過程，透過使用情境照片與手繪圖片具體呈現，最後修正再情境呈現中所遇到的問題。以下為模擬情境示意圖：



| | | |
|--|---|---|
|  <p>順利抵達月老殿。</p> |  <p>5.不知道擲筊要擲幾次聖杯 才能得到籤詩與紅線。</p> |  <p>6.開啟 APP 的 Q&A 專區， 線上詢問即可得到解答。</p> |
|  <p>7.順利完成參拜流程且取得紅 線</p> | | |

圖 9 模擬情境示意圖

五、結論

台灣自 20 世紀後期開始掀起月老信仰風潮。在現今自由戀愛和婚姻自主的時代下，人們對於愛情和婚姻都有更多的選擇，但由於現代人忙於課業和工作，交友管道和時間相對有限，這些原因增加了男女交往的困難度。再加上人們無法掌握未來不可控制的因素，當面對自己的姻緣時，常常無所適從，只能藉由祭祀月老來得到精神上的支持（蕭名君，2011）。

然而，關於參拜月老的詳細資訊在網路中廣泛流傳且資訊龐大。實際到樂成宮參拜後，我們發現參拜路線並不清楚，這導致我們雖然完成了參拜，但使用體驗並不佳。

為了解決這些問題，我們採用了服務設計的方法，以使用者為中心的核心概念，探討上述問題並發想解決方案以改善現況。在研究過程中，本團隊找出了主要目標客群：對於情感感到迷惘，同時也喜歡神秘學氛圍的人。他們內心深處需要解決對愛情的疑惑，並得到情感上的支持。最後，釐清目標客群的需求和痛點後，團隊創意發想出解決方案：月老參拜互動式闖關遊戲設計，滿足客群的使用體驗。以下是團隊使用 ATONE 法則總結我們的服務提案。

1. A (Actors)：解決方案中的所有參與者

(1)參拜者

(2)利害關係人：廟宇行政團隊、廟宇企劃人員、遊戲設計師、APP 介面設計師、APP 工程師、線上客服、產品設計人員

2. T (Touchpoints)：考量全面的接觸點

月老廟空間、廟方人員、香、神明參拜殿、手機硬體、APP 遊戲軟體介面、紅線等

3. O (Offering)：提供了何種服務

手機 APP 參拜闖關遊戲、線上即時 Q&A 與客服、參拜路線導航系統、詳細參拜資訊

4. N (Need)：使用者的需求是什麼？期望是什麼？

順利完成參拜、解決對參拜流程與資訊不一的疑惑、滿足心靈寄託

5. E (Experience)：如何創造奇妙的體驗

藉由 APP 中闖關遊戲模式讓參拜路程不無聊，且能透過遊戲了解參拜後更深層的意義與故事，結束後能拿到愛情御守

透過以上之 ATONE 架構，我們可以更清楚地釐清解決提案中使用者的痛點和需求，並找出實行方案時參與人員，再次探討此方案的可行性。透過此 APP 的遊戲設計，使用者可以清楚明瞭參拜動線和資訊，並快速解答疑問，同時也能帶來有趣的消費者體驗。將來如果有實行此方案的機會，可以更完善規劃每個神明殿中所對應的遊戲，並且利用 VR 和 AR 技術打造更具趣味和教

育性的活動，擴展到不是以參拜為主客群，增加樂成宮的知名度，推動無形文化的資產效益。



參考文獻

林婷婷 (2009)。歷史與信仰的凝視——三級古蹟樂成宮。中興大學鹿鳴文化資產中心，取自：

<https://deer.nchu.edu.tw/%E6%AD%B7%E5%8F%B2%E8%88%87%E4%BF%A1%E4%BB%B0%E7%9A%84%E5%87%9D%E8%A6%96%E2%94%80%E2%94%80%E4%B8%89%E7%B4%9A%E5%8F%A4%E8%B9%9F%E6%A8%82%E6%88%90%E5%AE%AE/> (2023/03/01)

溫宗翰 (2016)。因應婚姻需求而生的「月老信仰」，如何透過台灣的晚婚趨勢逐漸擴張？The News Lens 關鍵評論網，取自：

<https://www.thenewslens.com/article/49948/fullpage> (2023/03/01)

蕭名君 (2011)。臺灣月老信仰之研究 (未出版碩士論文)。銘傳大學，臺北市。

Stickdorn, M. & J. Schneider (2013)。這就是服務設計思考！(THIS IS SERVICE DESIGN THINKING: BASICS, TOOLS, CASES)。池熙璿譯，出版社：中國生產力中心

Stickdorn, M., M. Hormess, A. Lawrence, J. Schneider (2019)。這就是服務設計！ / 服務設計工作者的實踐指南 (This is Service Design Doing)，吳佳欣譯，歐萊禮出版社。