



網頁設計工作流程

- Web Design Workflow -

前言

- INTRODUCTION -

這是略過報價、提案、想創意、資料蒐集、開發測試的部分，單純講網站設計和製作的執行面和流程概念，不討論設計和撰寫方法的專業細節，並舉有後台或需後端串資料的活動網站為例，企劃、設計、前端、後端都參與的最完整情況來說明！

流程

- WORKFLOW -

企劃設計階段

開發測試階段

維運階段

企劃
提案

視覺稿
預覽

未串資料前
靜態站
預覽

串資料後
動態站
預覽

正式站
上線

企劃

設計

前端

後端

企劃

- PLAN -

在前置企劃花比較多的時間釐清問題，會節省執行期間來回溝通和修改的時間！

主要如下：

1. 確認網站需求
2. 擬定網站架構圖
3. 製作 UX 設計
4. 繪製完整線稿
5. 同步抓製作時程

企劃

1. 確認網站需求

網站製作的前提，列出表確認這些基本需求好讓團隊執行，不知道的部分請詢問相關人員：

- ① 客戶做網站的動機和需求？ 活動網站 / 表單填單網站 / 形象網站 / 購物車網站...
- ② 客戶的畫面想像、網站參考範例？ 請對方提供連結或圖片
- ③ 客戶的規範和特殊規定？ LOGO、layout 特殊規範、隱私權聲明、規定的程式語言、送審時間...
- ④ 哪一種響應式設計？ RWD 一版 / 桌機手機分兩版 / Mobile First / Mobile Only / PC Only...
- ⑤ 瀏覽器和裝置支援的程度？ IE 8 以上 / IE 11 以上 / 不管 IE，以手機為主...
- ⑥ 主機要架在哪邊、主機規格、頻寬需求？ 公司的主機 / 客戶的主機 / Google / Amazon...
- ⑦ 客戶需要的功能或特定的操作方式及流程？ 表單填表、語言切換、串接 ibon、FB 分享...

※需要設計與前端製作的時間，依序為多到少：RWD 一版 > 桌機手機分兩版 > Mobile First > Mobile Only

2. 擬定網站架構圖

- ① 功能心智圖 (Functional Map)
- ② 網站架構樹狀圖 (Sitemap)
- ③ 版面色塊架構圖 (Layout Structure)
- ④ 使用者操作流程圖 (User Flow)

3. 製作 UX 設計

- ⑤ 人物誌 (Persona)
- ⑥ 故事板 (Storyboard)
- ⑦ 價值主張 (Value Proposition)

4. 繪製完整線稿

- ⑧ 使用者體驗旅程地圖 (User Journey Map)
- ⑨ 響應式變化線稿 (Responsive Wireframes)
- ⑩ 介面流程圖 (UI Flow)

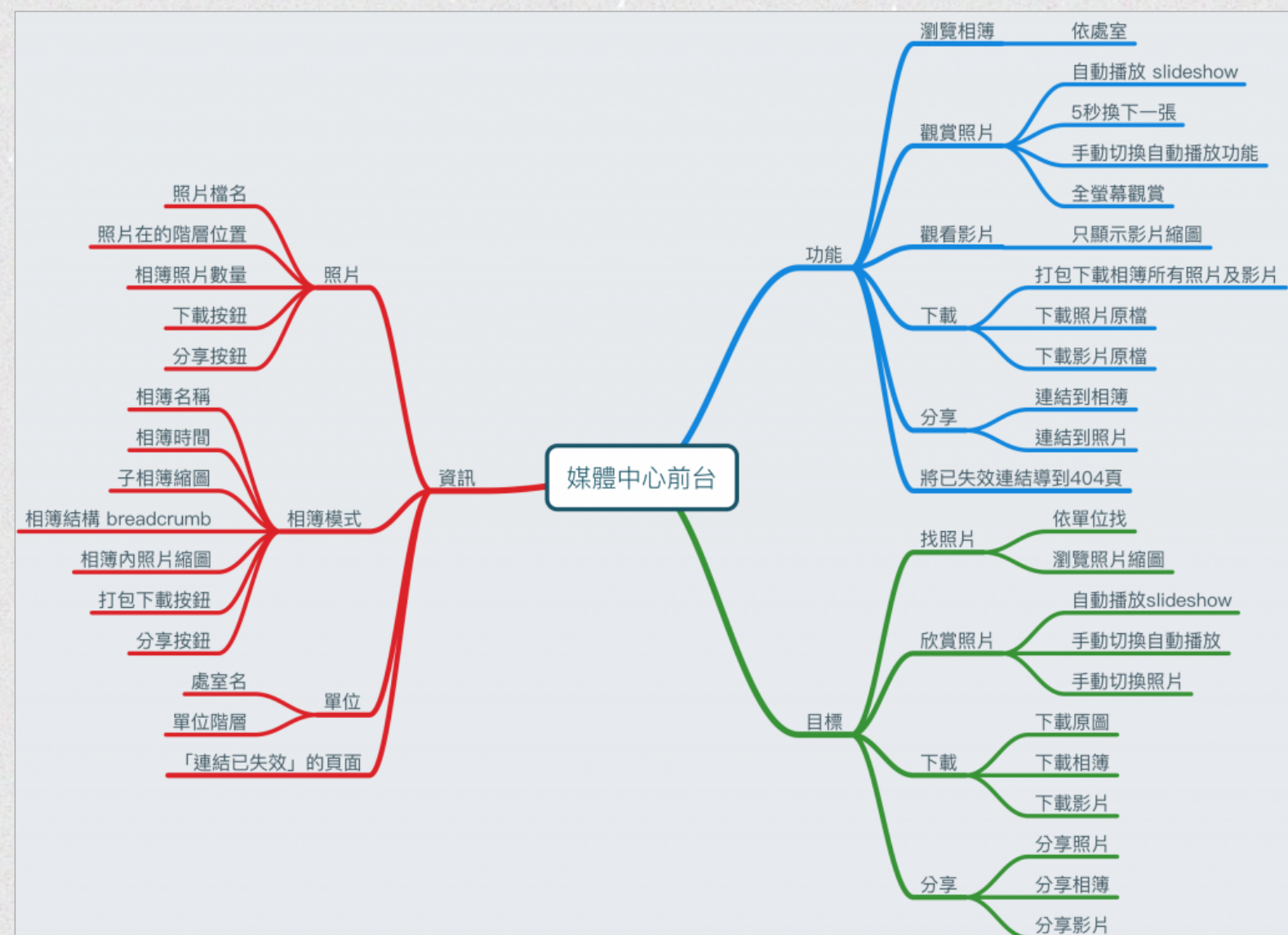
※通常小型網站都會省略「操作 UX 設計」，直接進行繪製線稿，請自行針對專案風格採用合適的 UX 方法！

企劃

2. 擬定網站架構圖

功能心智圖 (Functional Map)

需要的基本功能用文字列表或心智圖先一一列出，用來與工程師確認可執行的功能和開發所需時間，以及設計的方向，方便進行後續的架構規劃。



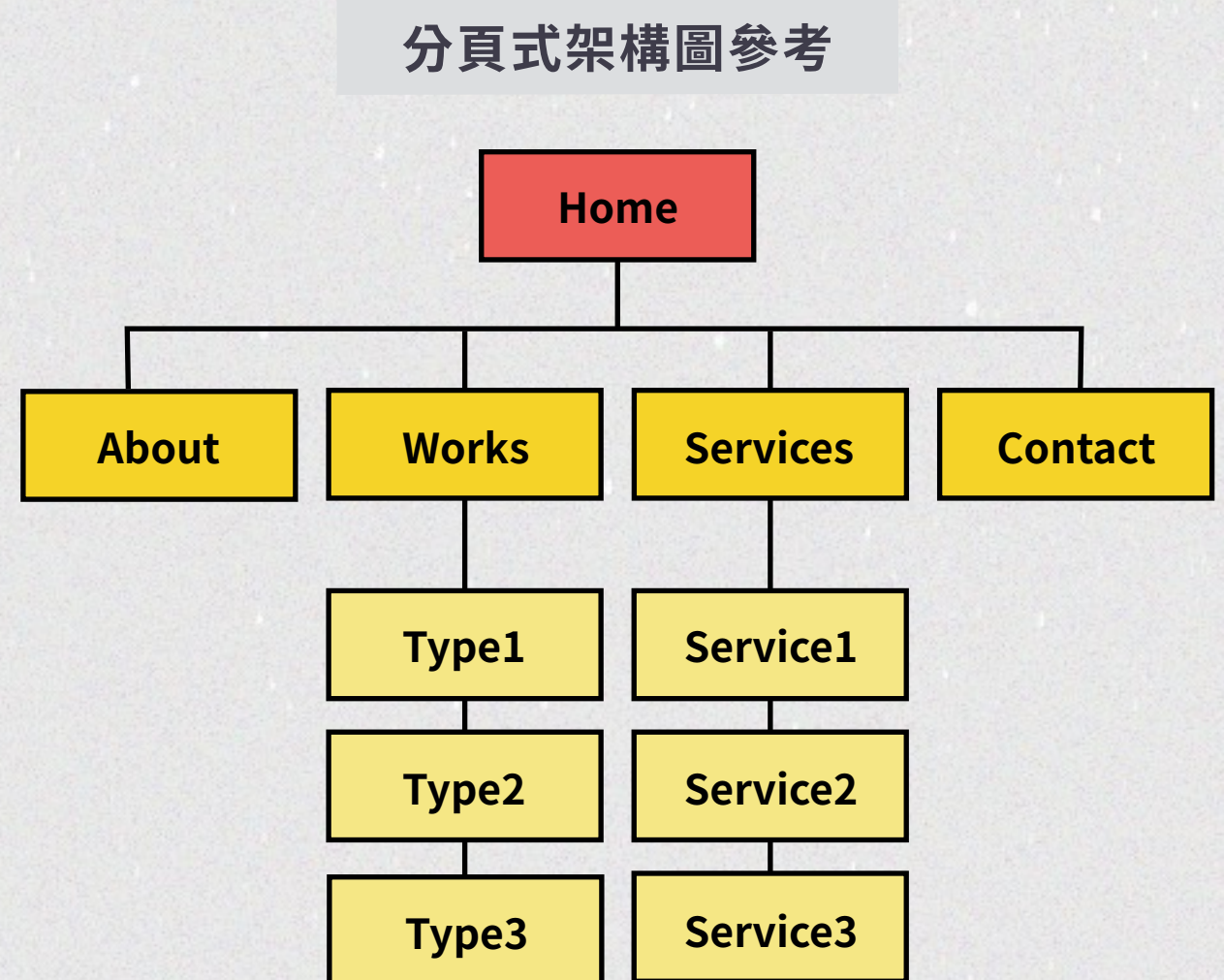
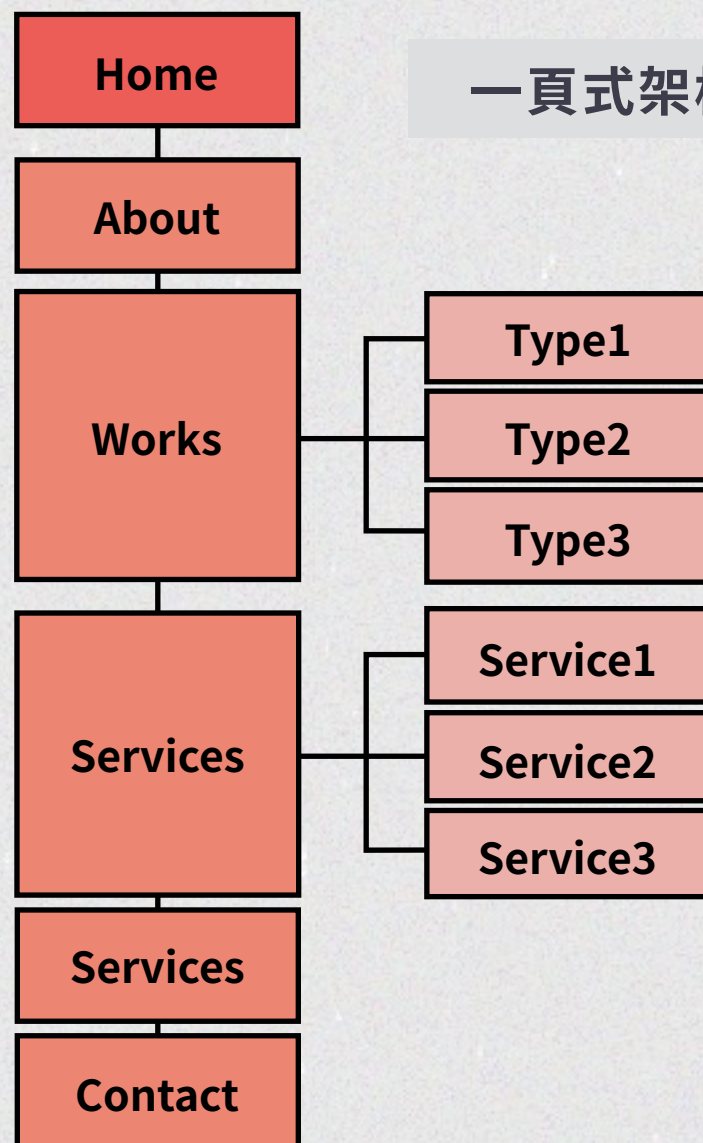
· 相關做法參考：[連結](#)

企劃

2. 擬定網站架構圖

網站架構樹狀圖 (Sitemap)

基本功能有雛型概念後，將整個網站頁面分出層級，如同鳥瞰整個網站的地圖，通常樹枝狀開始的子頁表示為「分頁」，也就是獨立出來的一頁，可用顏色做區分，才不會搞錯層級。



企劃

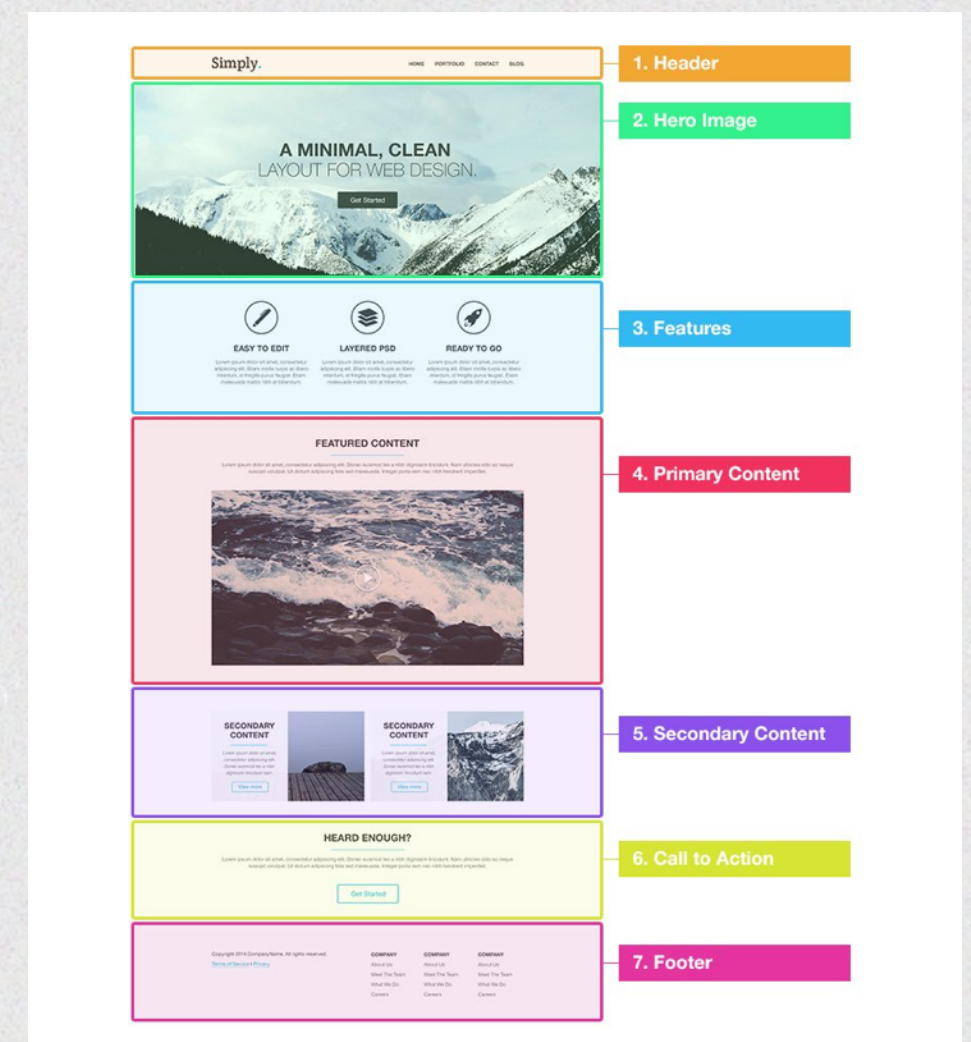
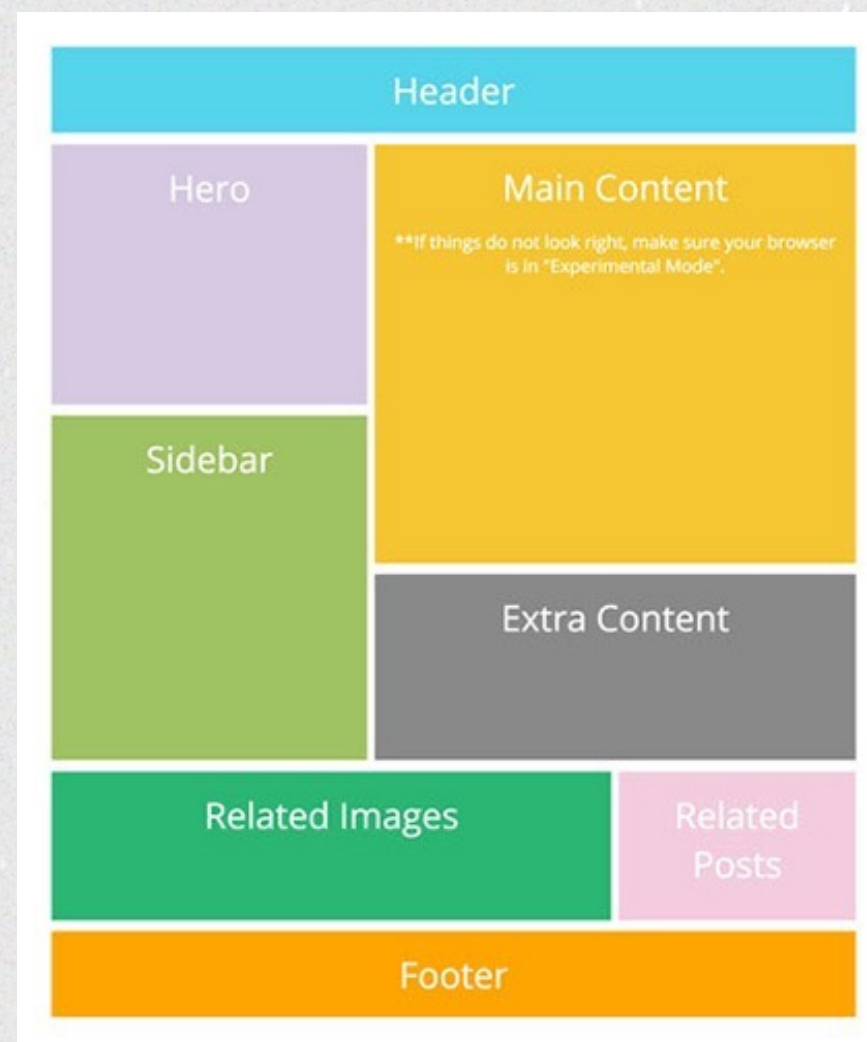
2. 擬定網站架構圖

版面色塊架構圖 (Layout Structure)

針對每個頁面上的基本排版和要放什麼內容，用來與設計師討論，方便視覺稿的進行。

常見區塊版面名稱如下：

- 頁首 Header
- 選單列 Navigation
- 橫幅 Banner
- 頁尾 Footer



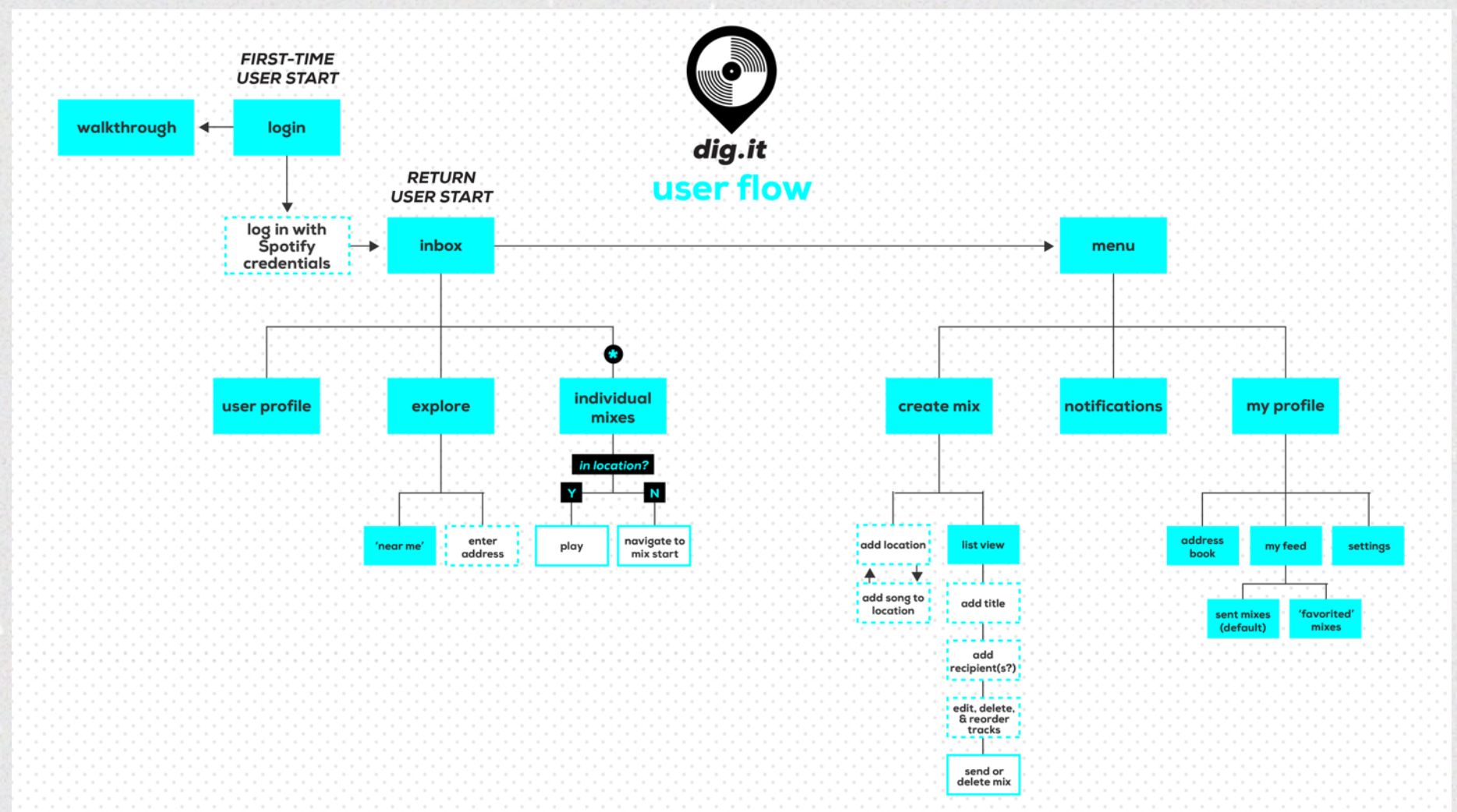
- 請參考：[Web Design Layout](#)、[黃金比例](#)

企劃

3. 繪製完整線稿

使用者操作流程圖 (User Flow)

將使用者操作的所有分支情況具體列出，以補充前面規劃漏掉的頁面或項目，協助確認每個頁面設計。



相關做法參考：[連結](#)

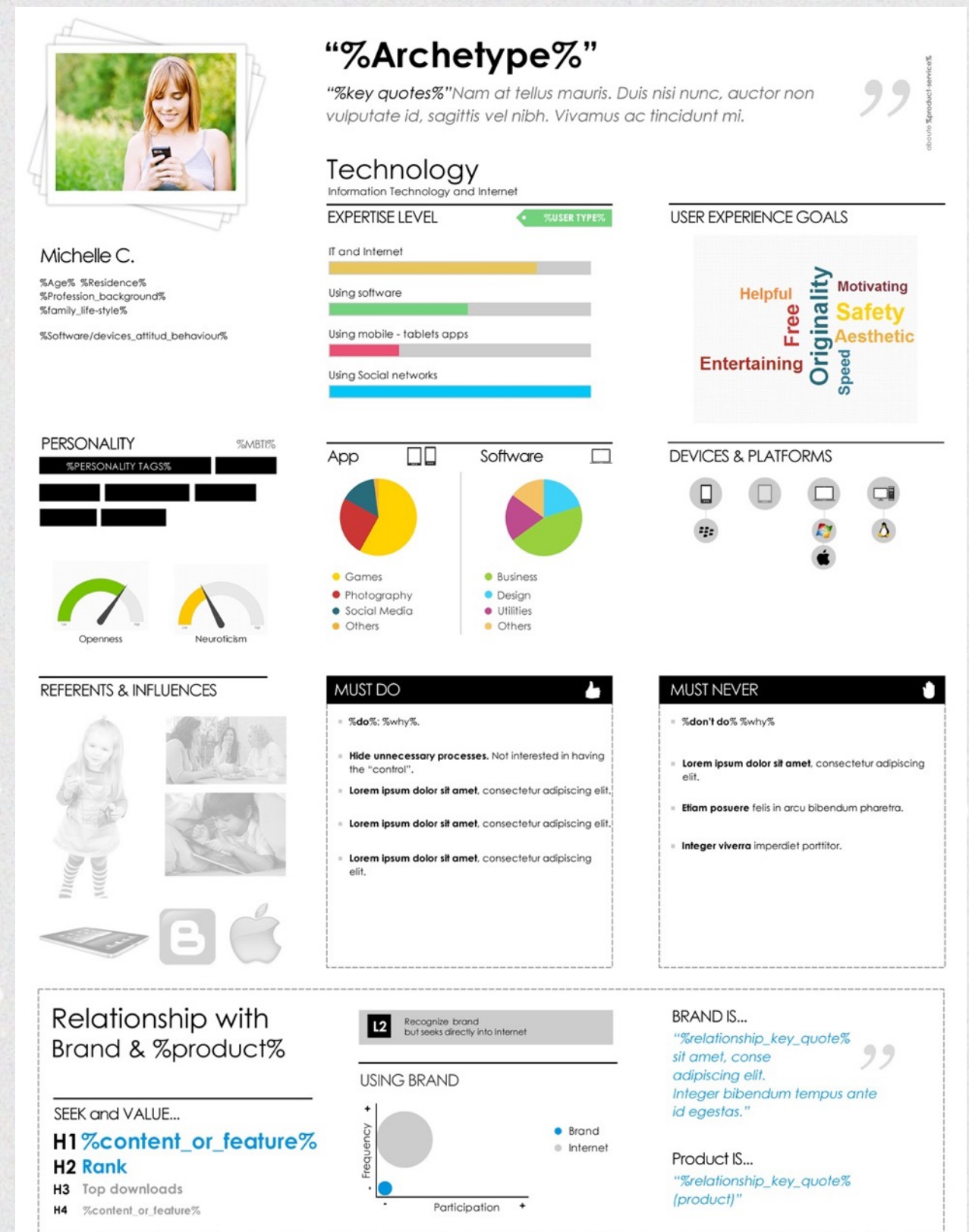
企劃

3. 製作 UX 設計

人物誌 (Persona)

以虛構方式表達產品目標用戶 (Target Audience) 的工具，每個虛構角色都有不同目的或任務，幫助網頁在架構和內容設計上能更貼近使用者的所需，且 Persona 是影響各方面決策的重要參考資訊。

· 相關做法參考：[連結](#)



企劃

3. 製作 UX 設計

故事板 (Storyboard)

藉由人物誌的設定，可將使用者故事按步驟畫出來，提出對潛在場景的假設並測試，表達如何使用一項產品/網頁的可視化溝通方法，在實務上經常會省略，但在進行提案時或許會讓客戶更能理解。



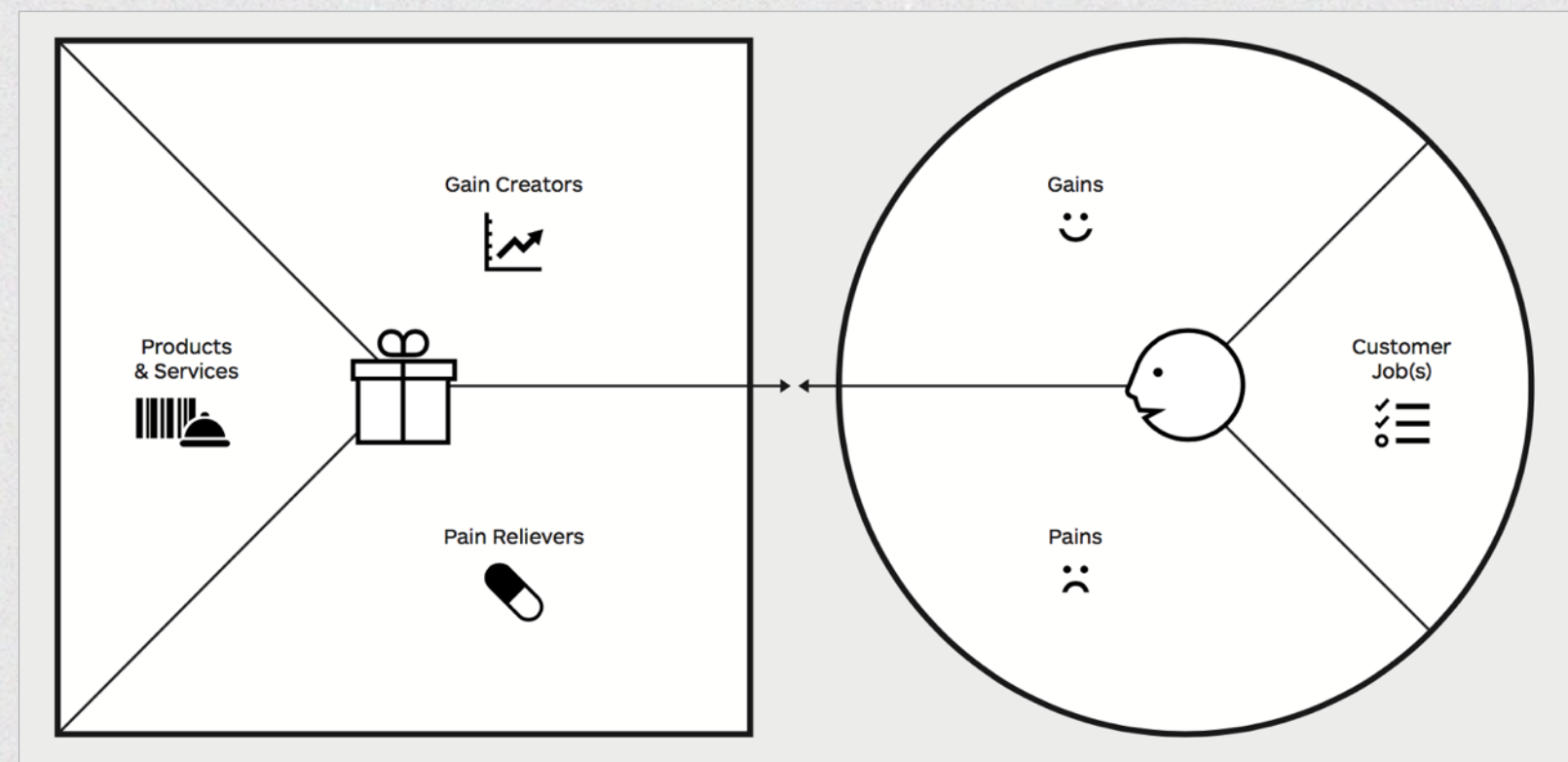
相關做法參考：[連結](#)

企劃

3. 製作 UX 設計

價值主張 (Value Proposition)

除了對 TA 定義之外，還需連結使用者跟網站服務的關係，價值主張有助於企業挖掘、了解價值創造的模式，可針對網站服務進行與使用者想要完成的任務、得到的利益、避免的痛點等等分析，達成網站設計的效益。



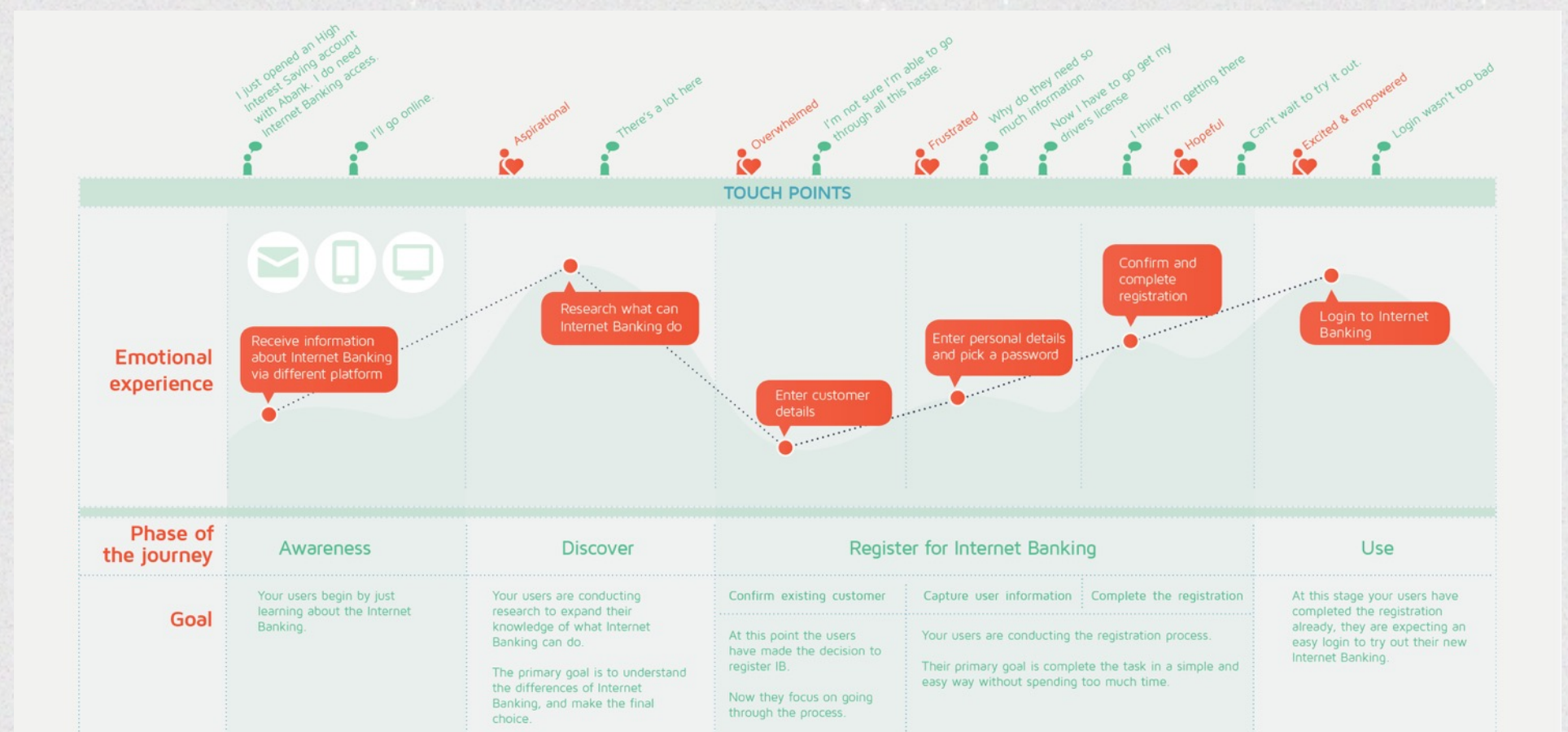
· 相關做法參考：[連結](#)、[連結](#)

企劃

3. 製作 UX 設計

使用者體驗旅程地圖 (User Journey Map)

又稱 Customer Journey Map、Experience Maps，將使用者體驗產品、服務和網站的旅程進行服務接觸點、使用者需求、痛點、情緒...等等更詳細的資訊視覺化分析，幫助網站在各階段的評估和改善或提出創新的服務概念。



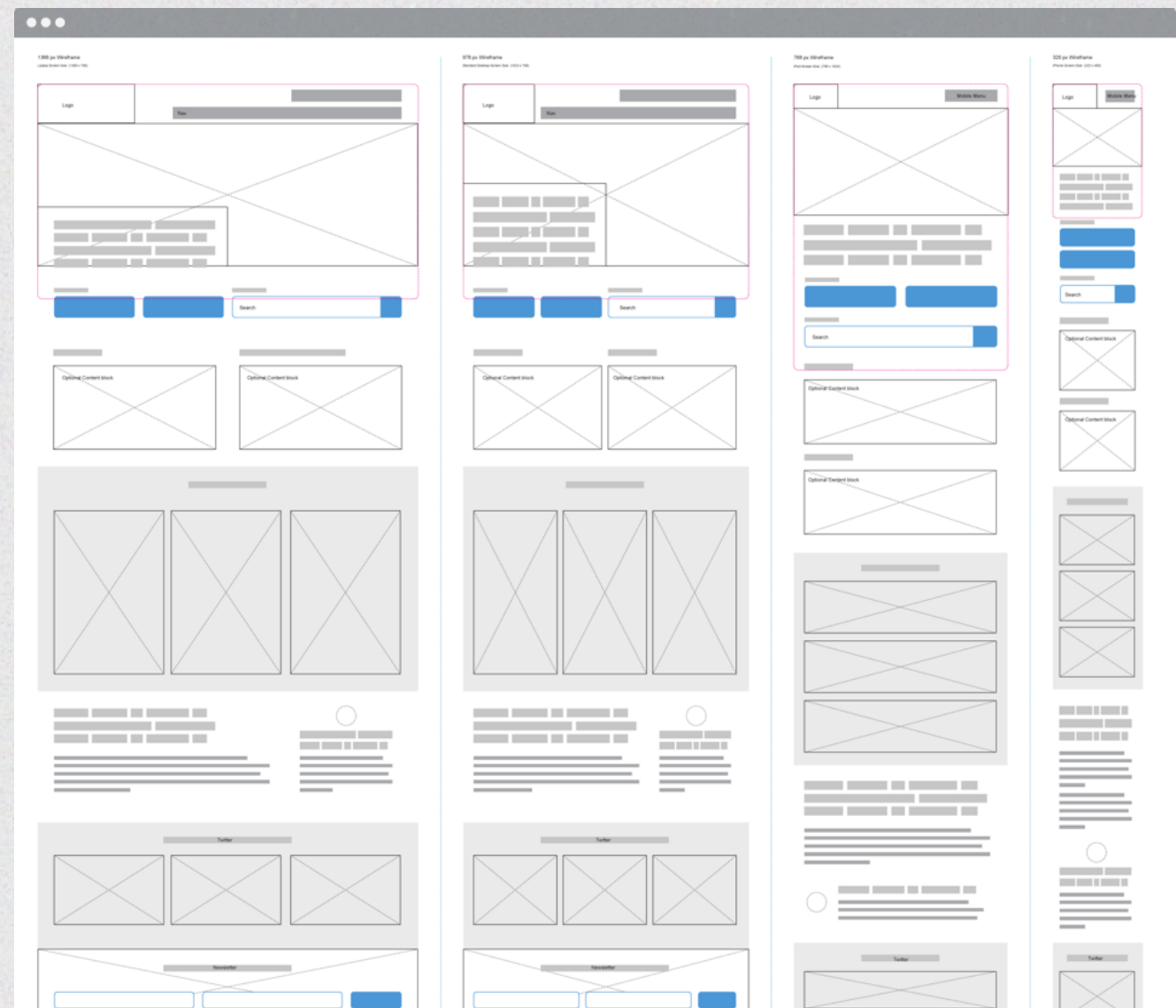
相關做法參考：[連結](#)

企劃

3. 繪製完整線稿

響應式變化線稿（Responsive Wireframes）

針對每一個頁面在不同裝置上的排版變化，可標示第一視屏看到的畫面（如圖紅色框線），以便思考資料在不同裝置上的刪減、視覺表現和響應式設計風格的規劃。



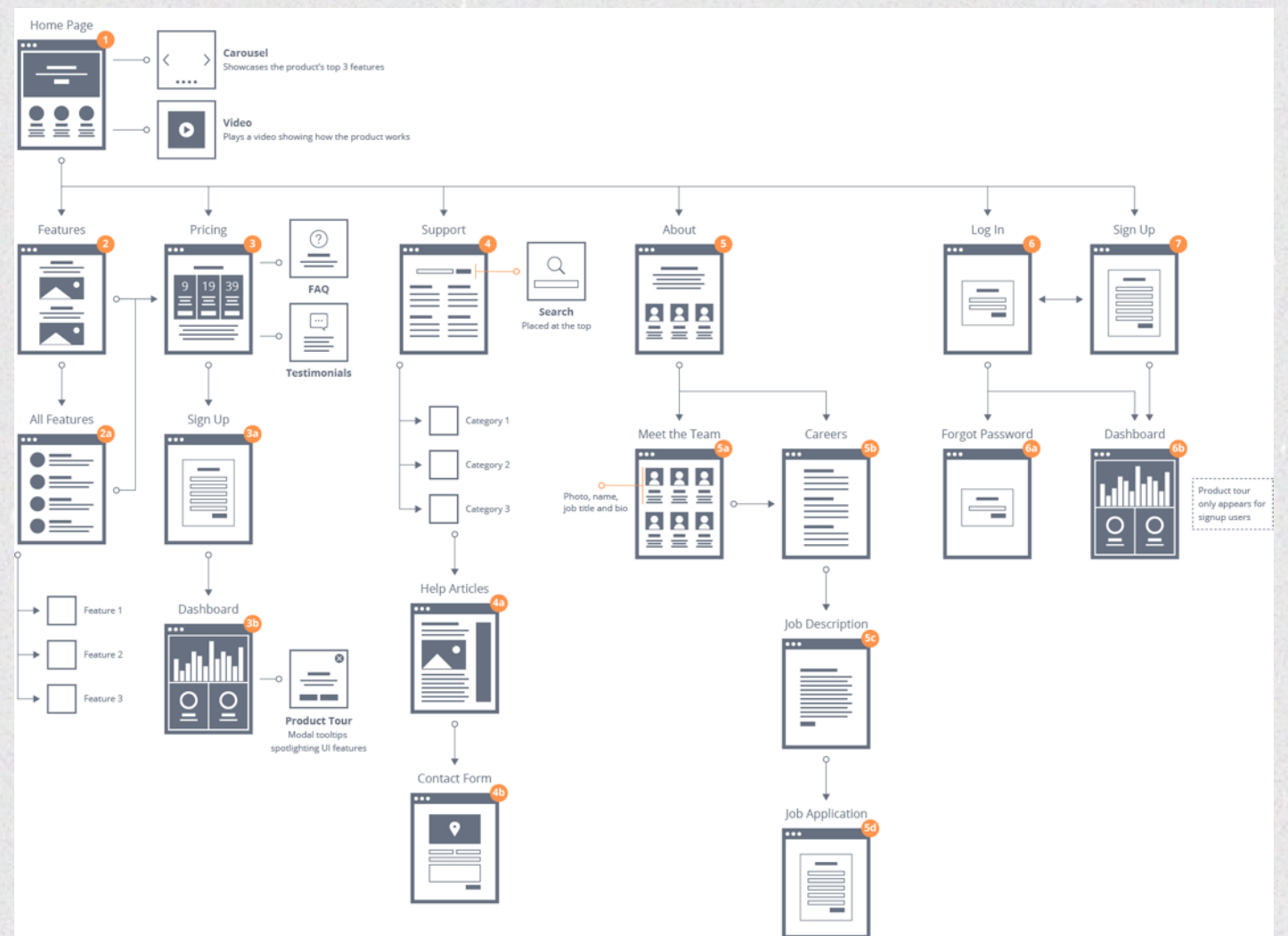
· 請參考：[Responsive Wireframes](#)

企劃

3. 繪製完整線稿

介面流程圖 (UI Flow)

將使用者操作流程和視覺線稿整合一份，包含每一頁、每個步驟的走向以及每個可能的狀況（包含錯誤狀況）都要標示，全面觀測整個網站可能發生的狀況，確保客戶需求、符合使用者操作體驗、程式邏輯，與所有內部人員溝通，並達成共識！



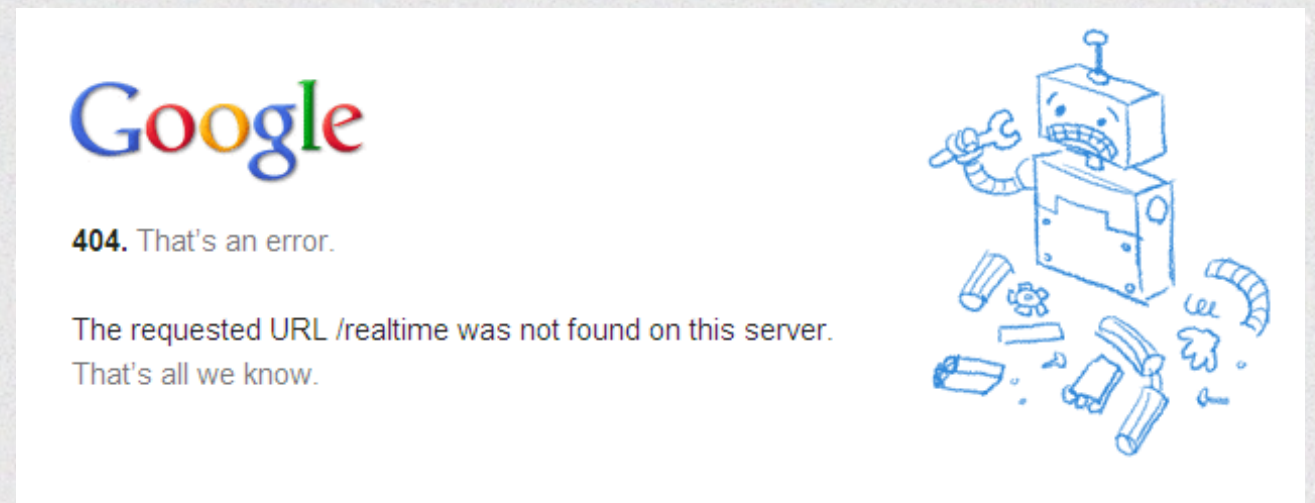
· 請參考：[Wireframe UI Flow](#)

企劃

3. 繪製完整線稿

特別提醒其他常見的變因頁面，頁面上也需有文字和設計：

- ① 不支援瀏覽器
- ② 404及錯誤訊息
- ③ 遊戲類網站的維修訊息
- ④ 時效性活動網站的關閉訊息
- ⑤ 裝置切換的提醒訊息



除了 word、ppt，可以依據專案風格或習慣使用其他方便的線上工具喔！

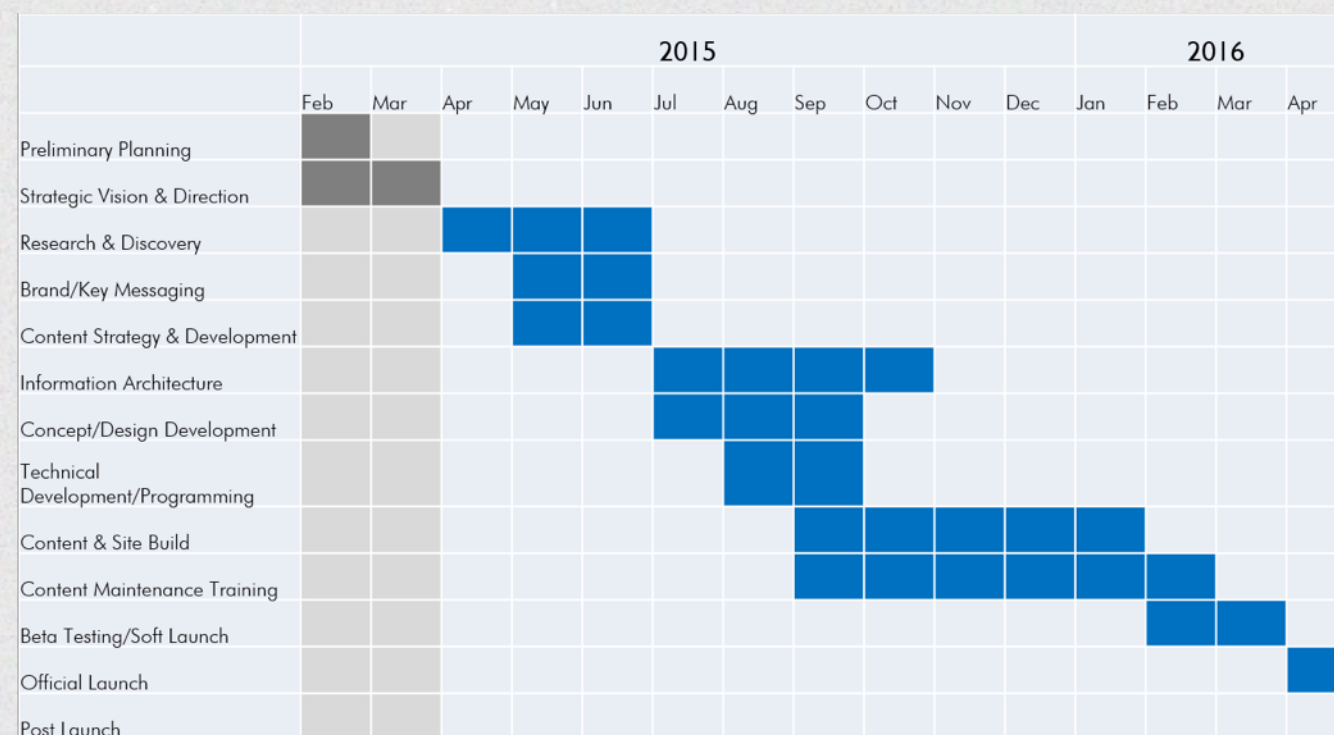
- 心智圖工具：[mindmeister](https://www.mindmeister.com/)、[mindjet](https://www.mindjet.com/)、[xmind](https://www.xmind.net/)
- 線框套裝工具：draw.io、[axure](https://axure.com/)、[moqups](https://www.moqups.com/)、[balsamiq](https://balsamiq.com/)、[MOCKPLUS](https://mockplus.com/)、[MockFlow](https://mockflow.com/)
- 網友做好的 [google 繪圖 wireframe 樣板](#)

企劃

4. 同步抓製作時程

請務必跟團隊中的每個執行人員確認好所需的工作時間，也要加進測試除錯和其他需求的緩衝時間。

· 時程表甘特圖（Gantt Chart）



請同時與創意、前端、後端等執行人員討論
判斷客戶的需求後，再給客戶最好的建議！

- PROPOSAL -

企劃提案

- A. 確認網站的基本規格是否正確
- B. 確認網站的規劃符合客戶的期待
- C. 確認操作流程符合使用者需求
- D. 確認各執行人員的製作時程是否合理

內部確認 → 提案 → 客戶確認

設計前...

確認完畢後，不要讓客戶隨意更動提案內容！

全部都定案了才可以開始設計！

全部都定案了才可以開始設計！

全部都定案了才可以開始設計！

設計

- DESIGN -

設計的方式最好與前端使用的框架同步，並有一致性的 guideline 規範！

主要如下：

1. 視覺稿規格
2. 網頁 UI, UX 參考
3. 除了視覺稿上的其他細節
4. 給前端的檔案注意事項

設計

1. 視覺稿規格

以主流的 psd 檔和 Bootstrap4 格線系統的設計方式解說：

- 色彩模式：RGB
- 解析度：72 dpi
- 單位：px（請盡量用網頁使用的單位 px，若用其他單位請對照：單位表）

PC

- A. 100% 檢視 (**Mac Retina 用 200% 檢視**)
- B. 寬度 **1920 px**、長度不限
- C. 滿版寬度 **1920px**、高度 **1080px**
- D. 內容集中的最大寬度 **1280px**
- E. 格線系統 12 等分，與邊界間距 15px
- F. 滿版大圖尺寸 **1920x1080**
- G. 桌機瀏覽器文字預設為 **16px**(12pt)，
最小只能設定到 **12px**(9pt)

Mobile

- A. 50% 檢視 (**Mac Retina 用 100% 檢視**)
- B. 寬度 **750 px**、長度不限
- C. 滿版寬度 **750px**、高度 **1334px**
- D. 內容集中的最大寬度 **640px**
- E. 格線系統 12 等分，與邊界間距 15px
- F. 滿版大圖尺寸 **750x1334**
- G. 文章內文 $\geq$ **14px**(11pt)，
裝飾文字 $\geq$ **10px**(8pt)

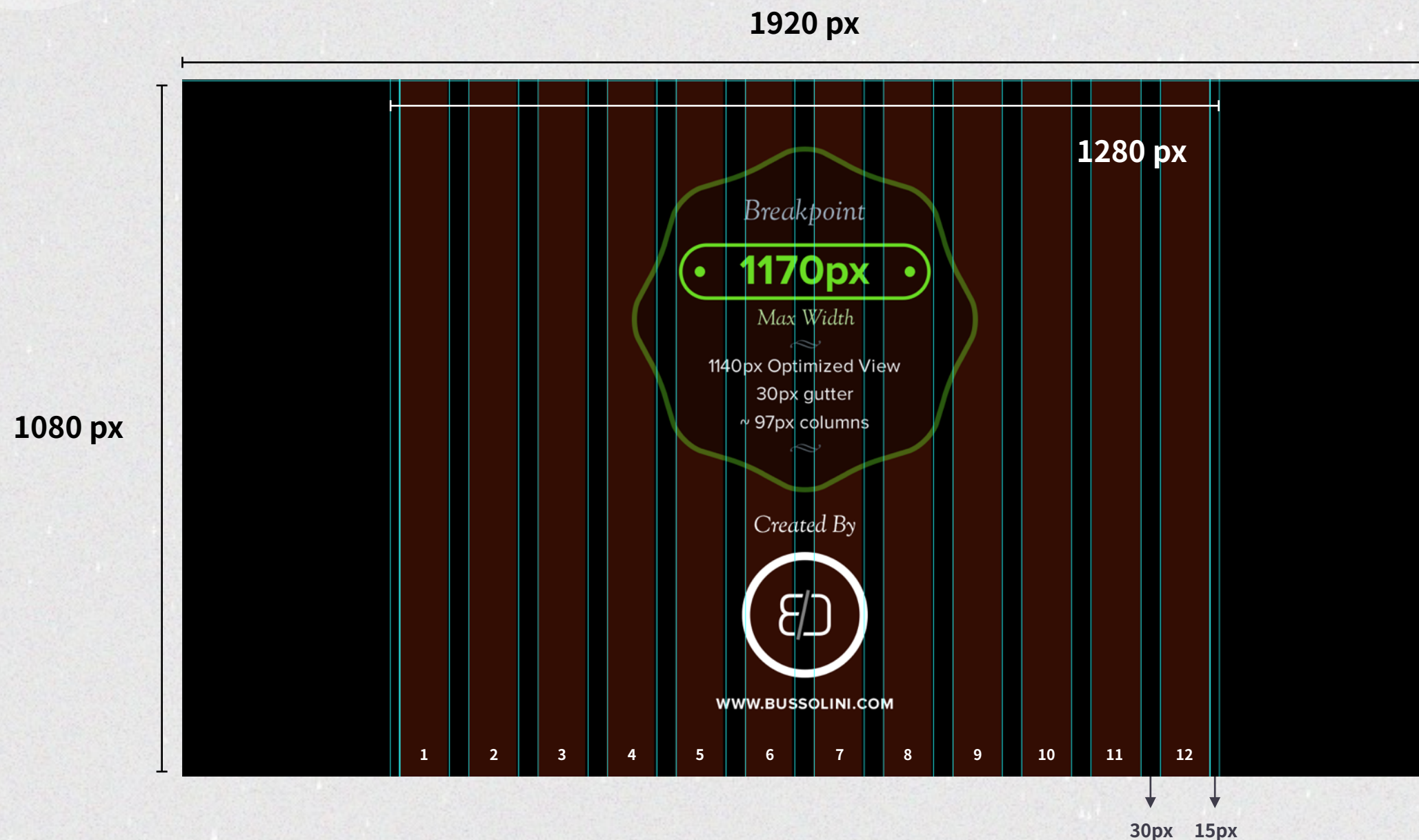
(**Mac Retina 文字大小請乘兩倍**)

※為保持圖片清晰，設計時需做兩倍大；檢視的百分比很重要，一般來說 100% 預覽是人眼實際觀看網頁的正確比例！

設計

1. 視覺稿規格

PC



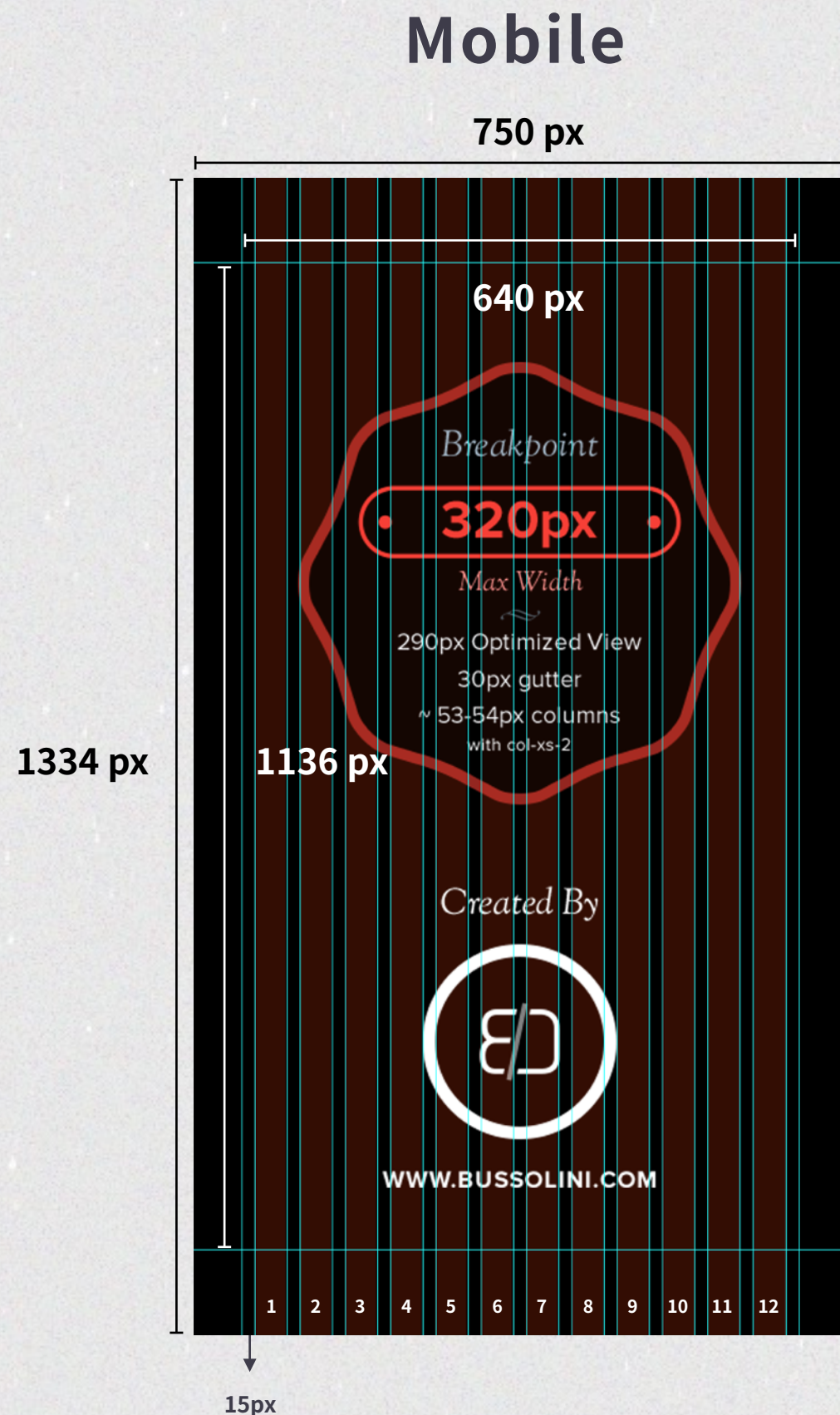
- 本範例暫時使用 Bootstrap 3.0 Grids PSD，請照此概念修改設定並自製屬於自己方便操作的格線樣板
- 其他 grid system 工具參考：[連結](#)

※內容集中的最大寬度視情況而定，一般桌機抓 13 吋筆電（1366x768）瀏覽時最舒服的寬度。

設計

1. 視覺稿規格

手機版當文字內容做滿版時，需排在 **640x1136px** 裡面，因為要確保在最小寬度 320px 手機上正確顯示，除非特殊情況，希望每個裝置大小都處於這樣的文字排版縮放，可能會需要使用特殊設定，請與前端討論。



※內容集中的最大寬度要把最小尺寸的 4 吋手機（320x568）考慮進去。

設計

1. 視覺稿規格

・ 滿版大圖分開做兩張

桌機 1920x1080 px、手機 750x1334 px



設計

1. 視覺稿規格

· 滿版大圖沿用同一張

桌機 **1920x1080 px**，直接等比例縮小（若主要圖案不在中央，需由前端移動重點位置）



設計

1. 視覺稿規格

· 3D 全景圖

360° 的圖片尺寸比較特殊，寬高需使用 2 的次方，基本上依據前端判斷效能壓縮圖片，逐序遞增或遞減：4098x2048、2048x1024、1024x512、512x256...至少給 **2048x1024 px**



設計

2. 網頁 UI, UX 參考

UI 設計跟 UX 脫離不了關係，網頁設計也可以參考 App 設計的方式，以下特別列出幾個網頁特有的元素，僅提供參考連結，網路上有很多文章和資訊可以參考，請再自行搜尋，並多看網站攝取新的設計方法！

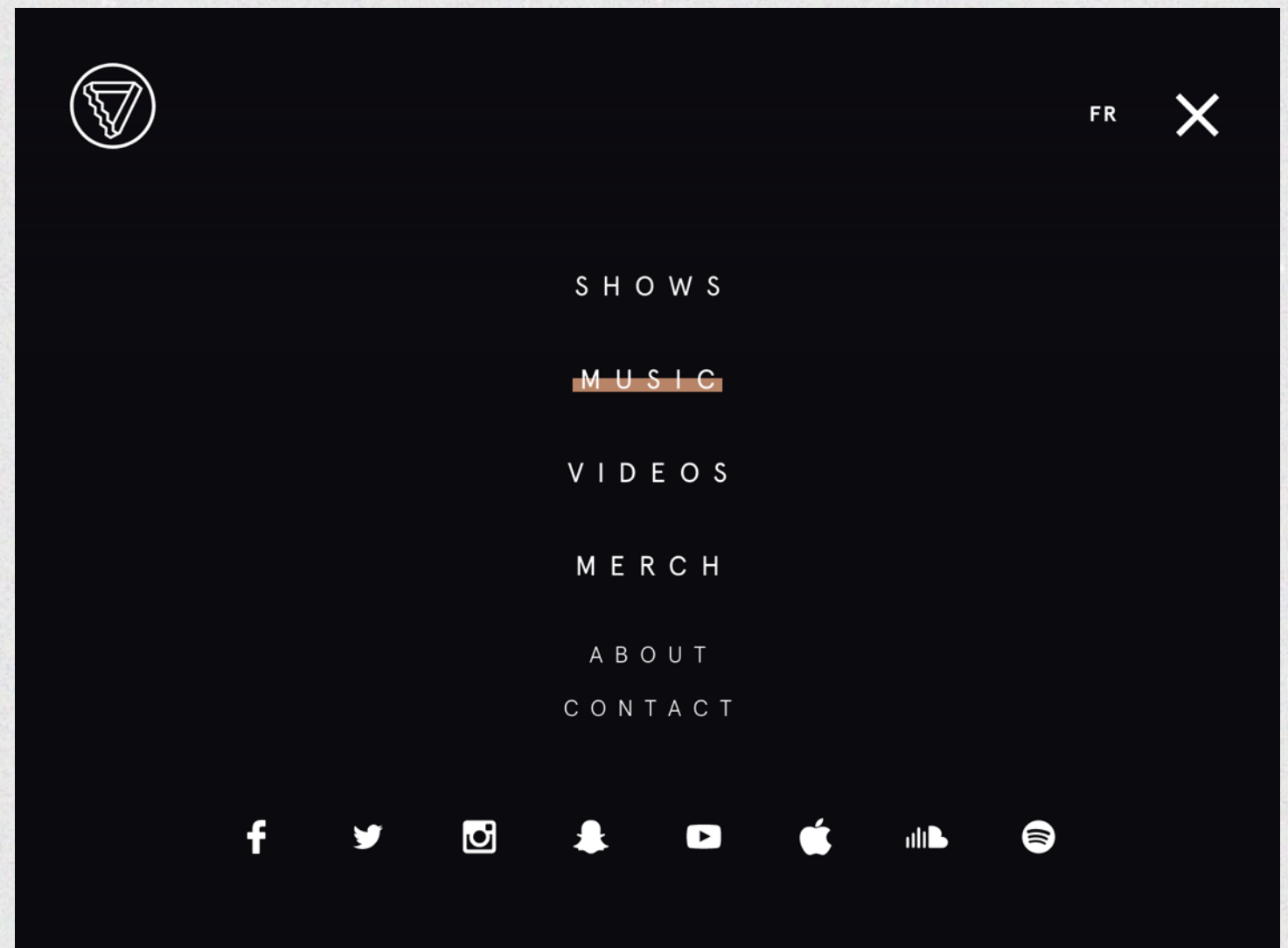
不要只考慮自己的裝置，要讓網頁像水一樣流動～

設計

2. 網頁 UI, UX 參考

Menu bar / Navigation / Hamburger

- A. 選單設計要特別注意放置位置
和明顯程度，還有動態和
互動變化：連結、連結
- B. 未必一定要使用漢堡選單：
連結

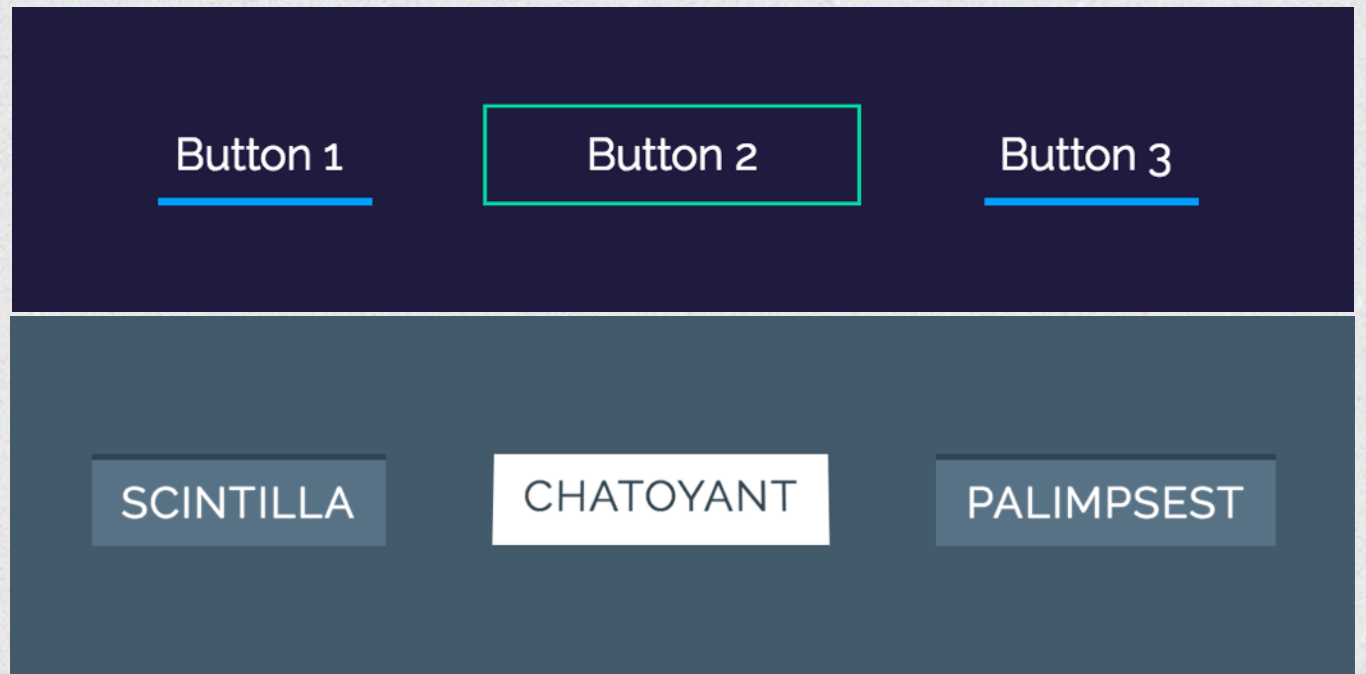


設計

2. 網頁 UI, UX 參考

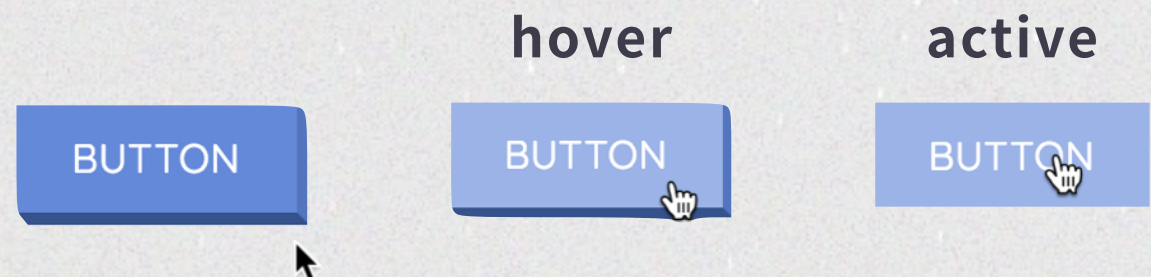
Button / Link

- A. 按鈕連結的互動：連結、連結
- B. 區塊連結的互動：連結
- C. 特殊的表現方式：連結



按鈕常見回饋：

- 游標停留在元素上方 (hover)
- 游標點擊時 (active)



設計

2. 網頁 UI, UX 參考

Table

A. 表格要特別注意資料閱讀的舒適性：[連結](#)

B. 多留意手機上的呈現，哪邊不動、哪邊可滑動...等等：[連結](#)、[連結](#)

Nutrition									
☐	Dessert (100g serving)	Calories	Fat (g)	Carbs (g)	Protein (g)	Sodium (mg)	Calcium (%)	Iron (%)	
☐	Frozen yogurt	159	6.0	24	4.0	87	14%	1%	
☐	Ice cream sandwich	237	9.0	37	4.3	129	8%	1%	
☐	Eclair	262	16.0	24	6.0	337	6%	7%	
☐	Cupcake	305	3.7	67	4.3	413	3%	8%	
☐	Gingerbread	356	16.0	49	3.9	327	7%	16%	
☐	Jelly bean	375	0.0	94	0.0	50	0%	0%	
☐	Lollipop	392	0.2	98	0.0	38	0%	2%	
☐	Honeycomb	408	3.2	87	6.5	562	0%	45%	
☐	Donut	452	25.0	51	4.9	326	2%	22%	
☐	KitKat	518	26.0	65	7.0	54	12%	6%	
								Rows per page:	10 ▼ 1-10 of 100 < >

設計

2. 網頁 UI, UX 參考

Form

A. 表單樣式要注意響應式的變化以及手機版上可點擊的大小：[連結](#)

B. 操作方式、互動方式、完成表單的回饋：[連結](#)、[連結](#)

表單欄位常見回饋：

- 游標焦點在元素上時 (focus)
- 預設提示 (placeholder)
- 不能使用狀態 (disable, readonly)
- 錯誤狀態、錯誤提示
- 完成狀態

Registration Form Example:

- Full Name: [Text Input]
- Username: [Text Input]
- Email: [Text Input]
- Password: [Text Input]
- Select Gender: [Dropdown Menu]
- Date of Birth: [MM] [DD] [YYYY]
- I acknowledge that I have read and accept the [Terms of Use Agreement](#) and consent to the [Privacy Policy](#) and [Video Privacy Policy](#). ☐
- Create Account

Form States Example:

	complete	placeholder
Full name	domo ✓	Last name
Username	[Focus]	
Email address	abc ✗	
Password	[Empty]	
Gender	☐ Male ☐ Female ☐ Other	
Date of birth	YYYY/MM/DD	
Submit	disabled	

設計

2. 網頁 UI, UX 參考

Layout

- A. 響應式排版是有規則，不能亂放，通常都是右邊的內容會往下排：連結
- B. 請多觀察響應式版面排列的變化：連結、連結



設計

2. 網頁 UI, UX 參考

手機上針對 SEO 來說，要特別注意：

· 文字大小

閱讀文字的舒適度，建議

標題 $\geq 16\text{px}(12\text{pt})$ 、內文 $\geq 14\text{px}(11\text{pt})$

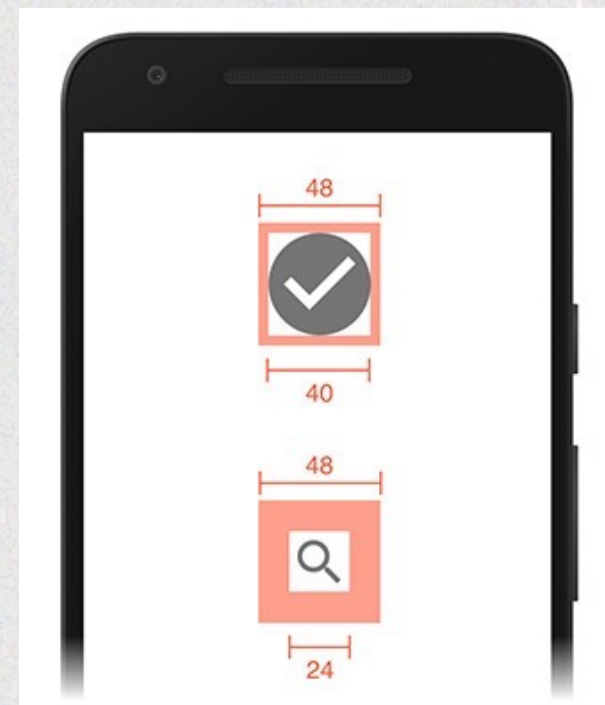
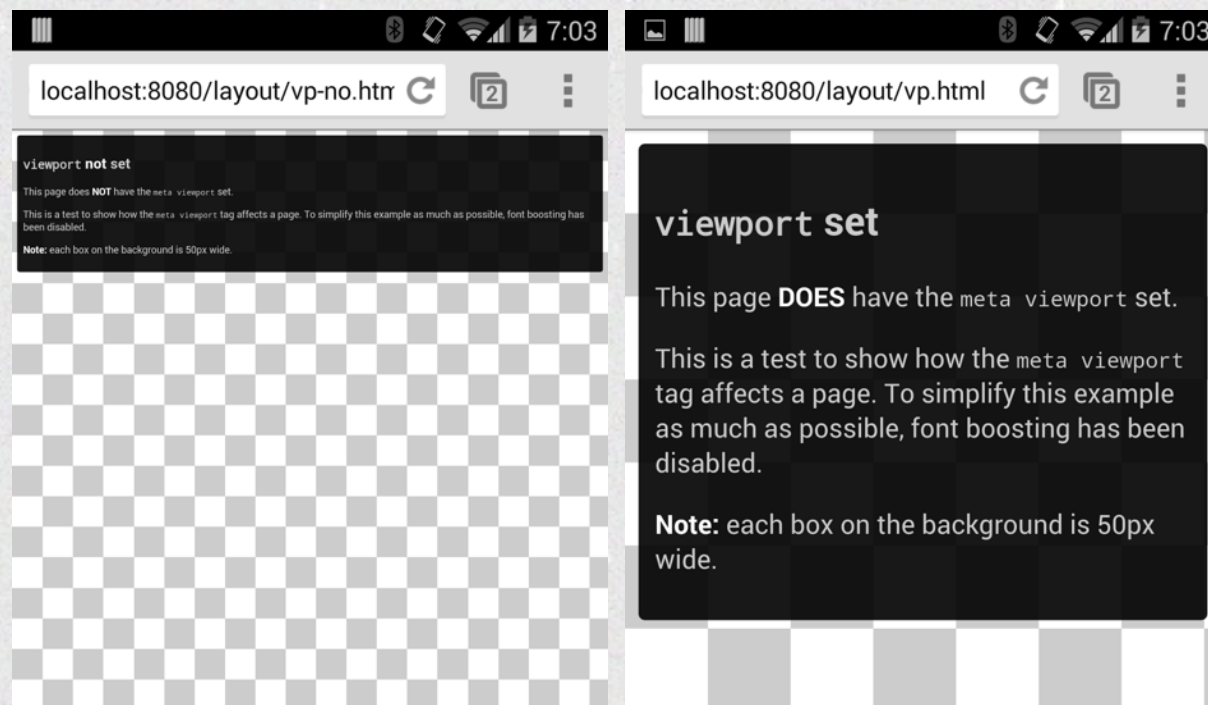
(裝飾性文字例外，不影響閱讀為主)

· 按鈕欄位大小

以手指點擊的範圍大小，建議

設計寬高 $\geq 40 \times 40\text{px}$ 、點擊範圍 $\geq 60 \times 60\text{px}$

(設計按鈕可以比實際點擊範圍小)



※請注意手機稿要用正確的檢視為準喔！

設計

2. 網頁 UI, UX 參考

體驗上需注意瀏覽器和裝置的特性，盡量不要跟原有體驗抵觸：

1. 不要把按鈕固定在視窗畫面最下方

手機上的 Safari 下方會自動疊上工具列，此時按鈕會被擋到而無法使用。

2. 轉換手機上的觸控操作

手機上的觸控與捲軸滾動跟手勢不同有關，若在畫面上做除了滾動、點擊之外的動作，尤其拖曳、畫圖...等等手勢，可能會跟滾動做抵觸，請進一步思考觸發的方式。

3. 彈性設計第一屏畫面

同樣 Safari 在沒有被滑動時，瀏覽器上面的網址列和下方的工具列會使整個頁面變得更小，且往下滑動時，上下列會自動縮小或消失，網頁畫面會因此被推移，所以請不要定死滿版的畫面，讓其有些容許捲軸移動的範圍。

4. 不要隨意鎖定翻轉功能

手機翻轉是基本功能，照理論不該限定使用者的體驗，尤其一般人都是直屏瀏覽網頁，可能也設定了不翻橫轉功能，鎖直屏是非常不建議的動作。

5. 鎖右鍵、防盜功能

因為網頁都是明碼，所以沒有意義，若需防盜和防竄改請在程式開發時做好保護機制。

設計

2. 網頁 UI, UX 參考

其他常見網頁設計風格的注意事項：

1. 文字內容少、元件不多才適用滿版滾動

一旦內文很多勢必在小螢幕上被切到或大量使用捲軸，這樣一來對於視覺和體驗上不是最佳的狀況，請斟酌選用。

2. 視差滾動要把背景大圖高度留多一些

因視差滾動時，圖片會上下位移，若高度不夠高，無法做出落差大的視差效果。

3. 獨立 SVG 內的元件

前文提到 SVG 元件需保留在 psd 檔，若有一系列的 SVG 元素，建議獨立輸出 ai 檔，設計 SVG 時要注意哪些東西會被拆出來做成動畫，要把原件拆出來讓前端彈性使用，另外，SVG 的元素越乾淨越好，一是方便前端撰寫程式，二是減輕檔案的大小。

4. 動態資料區塊要考慮最差的情況

當動態的資料在區塊內浮動，像是字數過少過多、圖片尺寸不如預期等等，可能造成版面偏移和破圖，請在設計時就要做好彈性設定和最壞的畫面打算，才能把各種可能畫面都考慮進去。

5. 手機不做過多裝飾

使用手機看網站主要用來查閱資訊，加上手機效能不如桌機好，不適合讀取過多資料，因此必須將不必要的裝飾性圖案、過多動態效果、非主要的文字資訊都拿掉，以精簡手機畫面的資訊和減輕負荷。

· 更多 UI, UX 技巧請參考相關網路資源：[Material Design](#)

設計

3. 除了視覺稿上的其他細節

除了每頁視覺稿之外，還有其他體驗感受、非預期情況...
每個小地方都是可以處理的細節，接下來列出幾個常見的項目：

細節不僅讓網站加分、也更完整

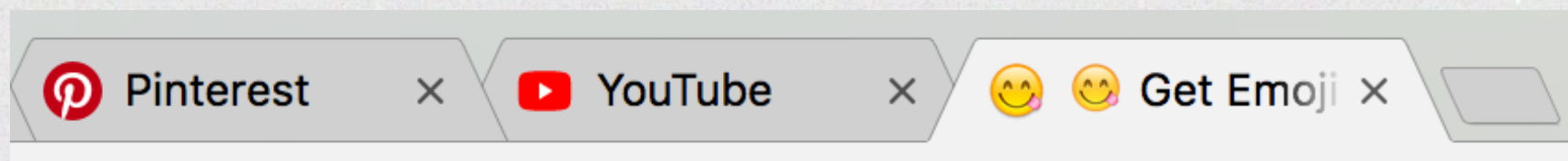
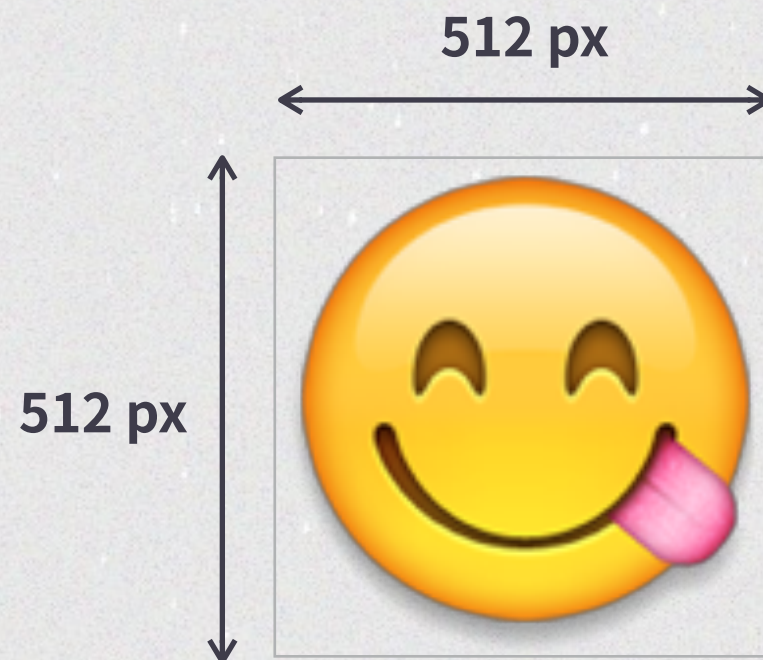
有「優雅地降等」和「漸進式改善」的設計會更貼心！

設計

3. 除了視覺稿上的其他細節

Favicon 頁籤圖示

請給向量圖或 **512x512 px** 的方形 png 圖檔，再讓前端處理合適大小。



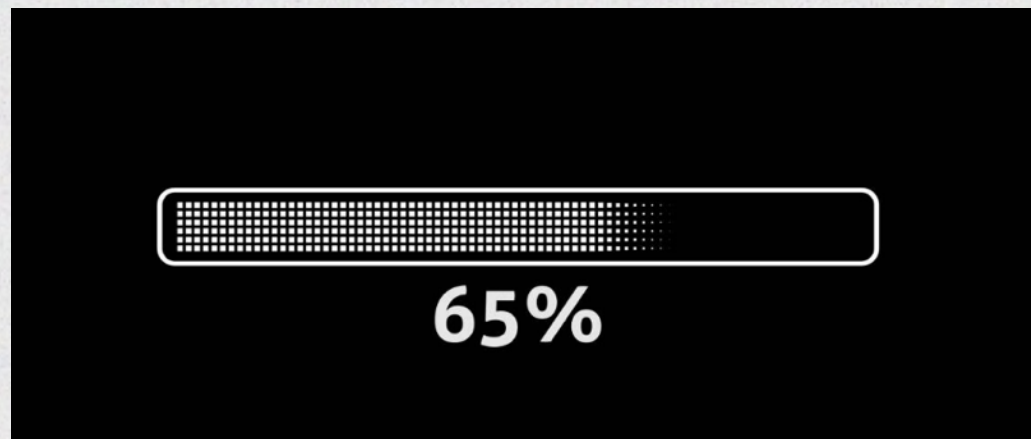
設計

3. 除了視覺稿上的其他細節

Loading 設計

設計和製作的方法有很多種：連結、連結
通常有三種情況需要等待中的提醒：

1. 首頁進網站之前
2. 圖片載入或動態文章載入時
3. 送出表單和等待資料回應時



設計

3. 除了視覺稿上的其他細節

選取顏色

游標反白文字時的顏色預設為藍底黑字或是電腦系統預設色，可以給底色和文字色的色碼請前端更換喔！



LINE



評論

2. 找到最棒的資訊來源

f 分享引文

不用我們說您也知道，網路上有非常、非常多的資訊。不過有些資訊太雜亂，幾乎難以吸收，而且我們也不可能看完所有的東西。「The Recipe」推薦了幾個網站例如 [Echo JS](#)（JavaScript 版的 [Hacker News](#)）、[Treehouse Blog](#) 和 [.net magazine](#) 等等，或是收看/收聽一些 Podcast 如 [Google Developers](#)、[The JavaScript Show](#) 等等。

設計

3. 除了視覺稿上的其他細節

瀏覽器不支援畫面

遇到瀏覽器版本不相容時，會造成跑版或是功能無法使用的問題，除非做優雅地降等，否則應給使用者不支援的文字提示，避免讓使用者以為網站壞掉，通常會在網站上壓一個提醒，或整頁導向獨立的不支援頁面。

請更新您的瀏覽器

本網站提供 IE9 以上 / Chrome / Firefox 瀏覽器瀏覽，
我們建議您更新您的瀏覽器，以便完整體驗網站效果。

請選擇以下瀏覽器下載：



我不想更換瀏覽器

設計

3. 除了視覺稿上的其他細節

404 及錯誤訊息頁

當使用者進入一個已刪除的文章或是走進錯誤的網址時，通常主機會自動導去預設頁面，但若有設計樣式，會讓使用者體驗感受一致性，可以參考網路上針對 404 頁面的設計：[連結](#)



404 ERROR

Sorry, the page not found

[Back to home](#)

設計

3. 除了視覺稿上的其他細節

分享縮圖

如果沒有指定縮圖，平台會自動選擇網頁的其中一張圖作為縮圖，通常都是正方形的縮圖，需要從 Meta 設定，Facebook 和其他社群平台也有自己的標籤，Facebook 分享圖像規則請參考：[連結](#)

- **共用方形小圖**：尺寸為 **600x600 px** 或 **400x400 px**，各平台通用，共用一張即可。
(500px 以上的縮圖在手機上看會自動變大圖預覽，若想維持小縮圖，建議用 400x400 px)



※因為 jpg 的圖在網頁上分享時會再被壓過一次而糊掉，建議使用 png 喔！

設計

3. 除了視覺稿上的其他細節

分享縮圖

· 分開設定 FB 大圖和一般分享縮圖：

FB 的大圖，其他平台不一定適用（如下例），若希望每個平台的縮圖顯示正常，必須將 FB 和其他平台的分享圖分開製作，矩形大圖為 **600x314 px**，方形小圖一樣使用 **400x400 px**。



※建議前端在 fb meta 設定前，先放其他社群平台（如 twitter）的分享圖，Line 才會抓到正方圖！

設計

3. 除了視覺稿上的其他細節

分享縮圖

- **共用方形大圖**：尺寸為 **600x600 px**，FB 會自動將圖上下置中裁切，這樣就可以兩者共用。



<https://www.gogoro.com/tw/smartscooter/1-series/faster/>

更快速的 Smartscoot...
從 0 加速至時速 50 公里
只需 4 秒，最高時速可...

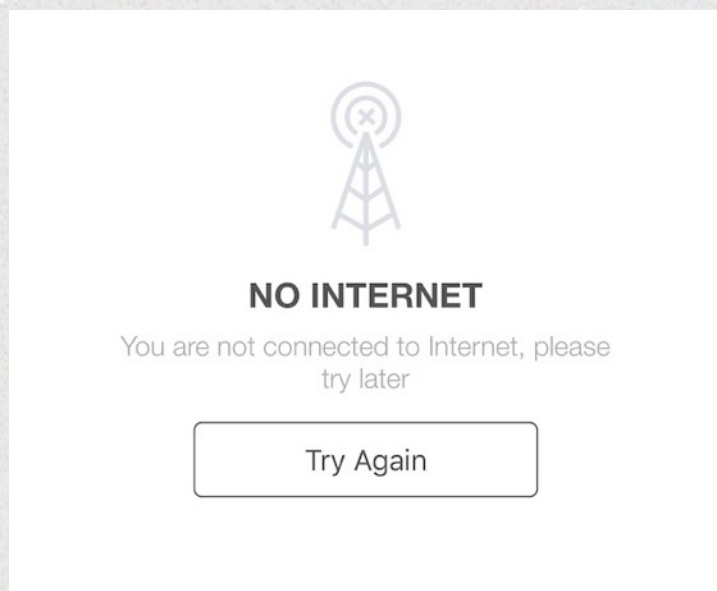


※ 共用方型大圖因為自動裁切關係，較難設計，請小心使用！

設計

3. 除了視覺稿上的其他細節

使用者生成內容（User Generated Content，UGC）為主的網站可分析出六大「UI 堆疊（UI Stack）」狀態：



- UGC 請參考相關文章：[連結](#)、[連結](#)
- Skeleton Screens 請參考：[連結](#)

1. 理想狀態（Ideal State）

上面已有很多使用者使用的資料，是設計期望的最終呈現。

2. 空白狀態（Empty State）

尚無資料的情況，像是首次使用、手動刪除、找不到資料等等。

3. 極限狀態（Maximum State）

數量的最大值時的措施，例如分頁數、分批載入、字數限制「...」、訊息數的最大值「999+」等等。

4. 錯誤狀態（Error State）

資料出錯、無法讀取、資料不合法的提醒。

5. 局部資料狀態（Partial State）

使用者還沒完成完整體驗的畫面提醒。

6. 載入中狀態（Loading State）

等待中的畫面提醒。

※因為局部狀態的可變性太多，於是有人提出「畫面骨架（Skeleton Screens）」設計原理。

設計

4. 給前端的檔案注意事項

製作視覺稿時，除了設計之外，給設計檔也是一門學問，
以下列出幾個設計給前端檔案時要注意的項目：

節省來回溝通的時間，加快專案的速度！

設計

4. 給前端的檔案注意事項

· 部分設計可用現成框架做

像是 Bootstrap 框架本身提供的內建版型或是像 Font Awesom 提供的免費 icon，設計就不用重新設計，前端也不需另外切 icon，可以直接套進網頁裡。

41 New Icons in 4.7

 address-book	 address-book-o	 address-card
 address-card-o	 bandcamp	 bath
 bathtub (alias)	 drivers-license (alias)	 drivers-license-o (alias)
 eercast	 envelope-open	 envelope-open-o
 etsy	 free-code-camp	 grav
 handshake-o	 id-badge	 id-card
 id-card-o	 imdb	 linode
 meetup	 microchip	 podcast

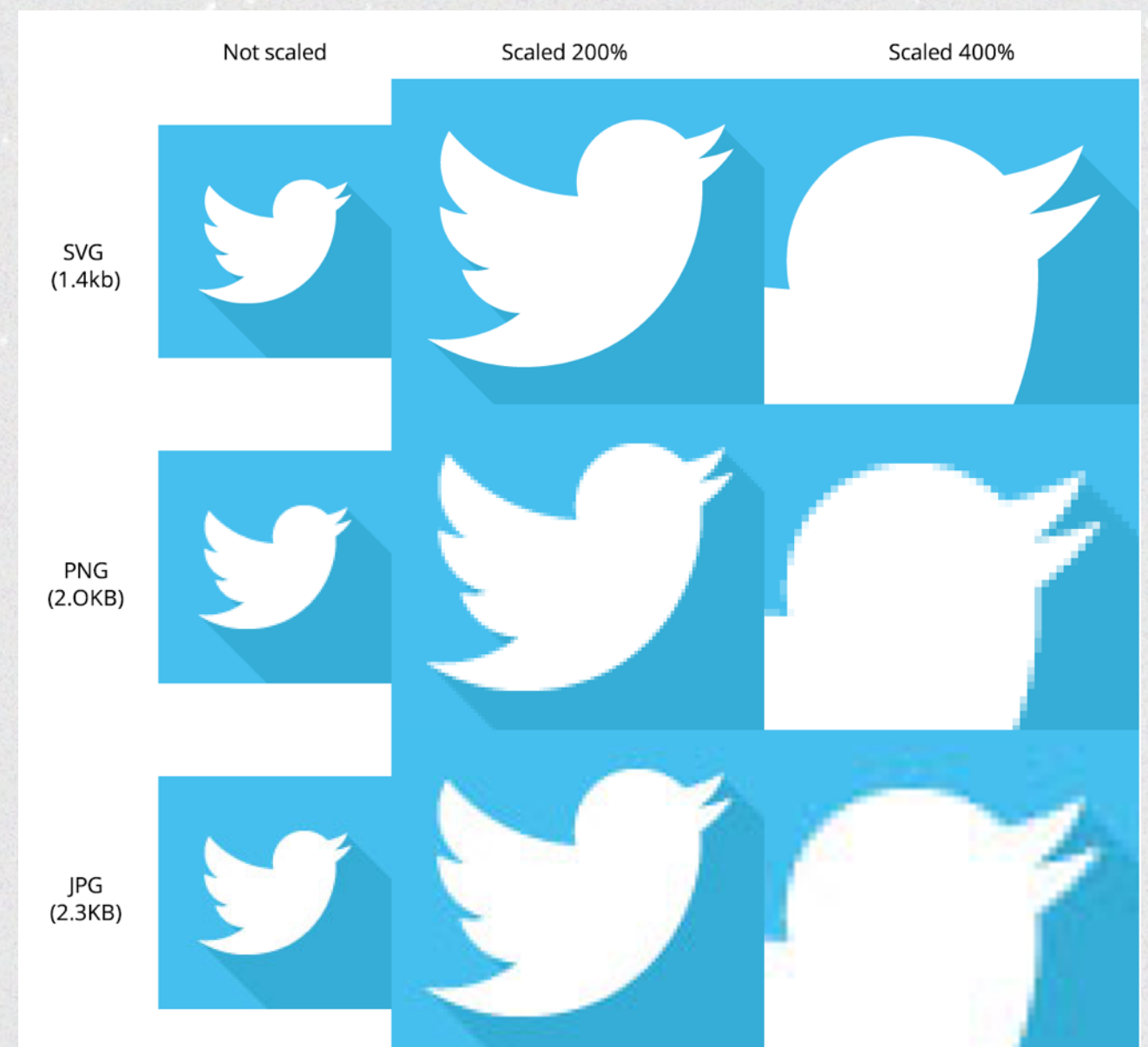
※請把要使用的 icon 和功能連結都貼給前端喔！

設計

4. 給前端的檔案注意事項

· 保留向量、放大不失真的圖形

在製作視覺稿時盡量想好可能要被拆出的元件，這些元件也要保留向量圖形或illustrator 連結，讓前端可以彈性使用。



設計

4. 給前端的檔案注意事項

· 謹慎使用混合模式

兩個需要被拆開的元件基本上會存成兩張圖，若要使用效果請獨立在每個元件上使用，一般來說在網頁上不會特別使用「混合模式（Blend Mode）」功能，因為部分瀏覽器不支援，除了特殊設計需求，請再與前端討論。



設計

4. 給前端的檔案注意事項

· 保留文字選取

為了節省重新打字和校對錯字的時間，請保留文字讓前端直接選取貼上，建議一般內文不要做成圖，除了特殊文字可以壓成字框之外，保留文字也是對網站 SEO 和使用者體驗加分的。

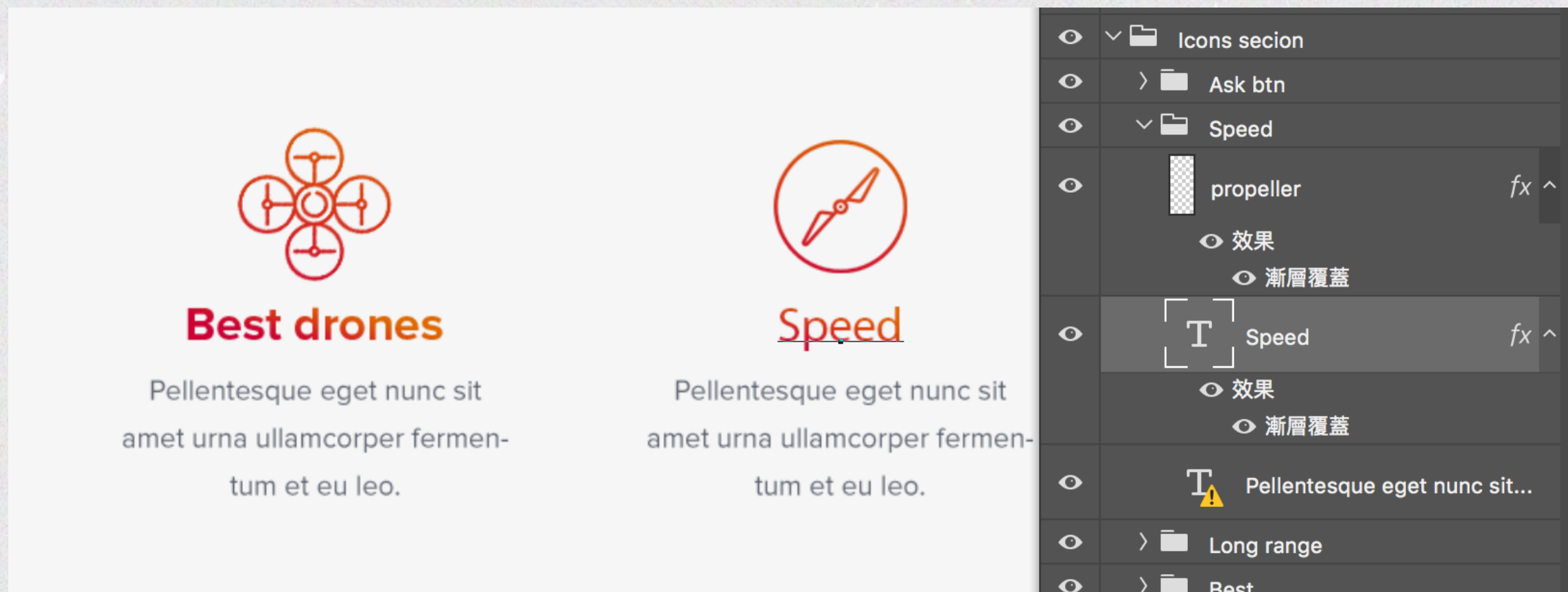


設計

4. 給前端的檔案注意事項

· 另附字型檔

設計稿若需使用特殊字型（非電腦預設字）就請另外附上字型檔讓前端安裝，以防文字跑掉影響切版。



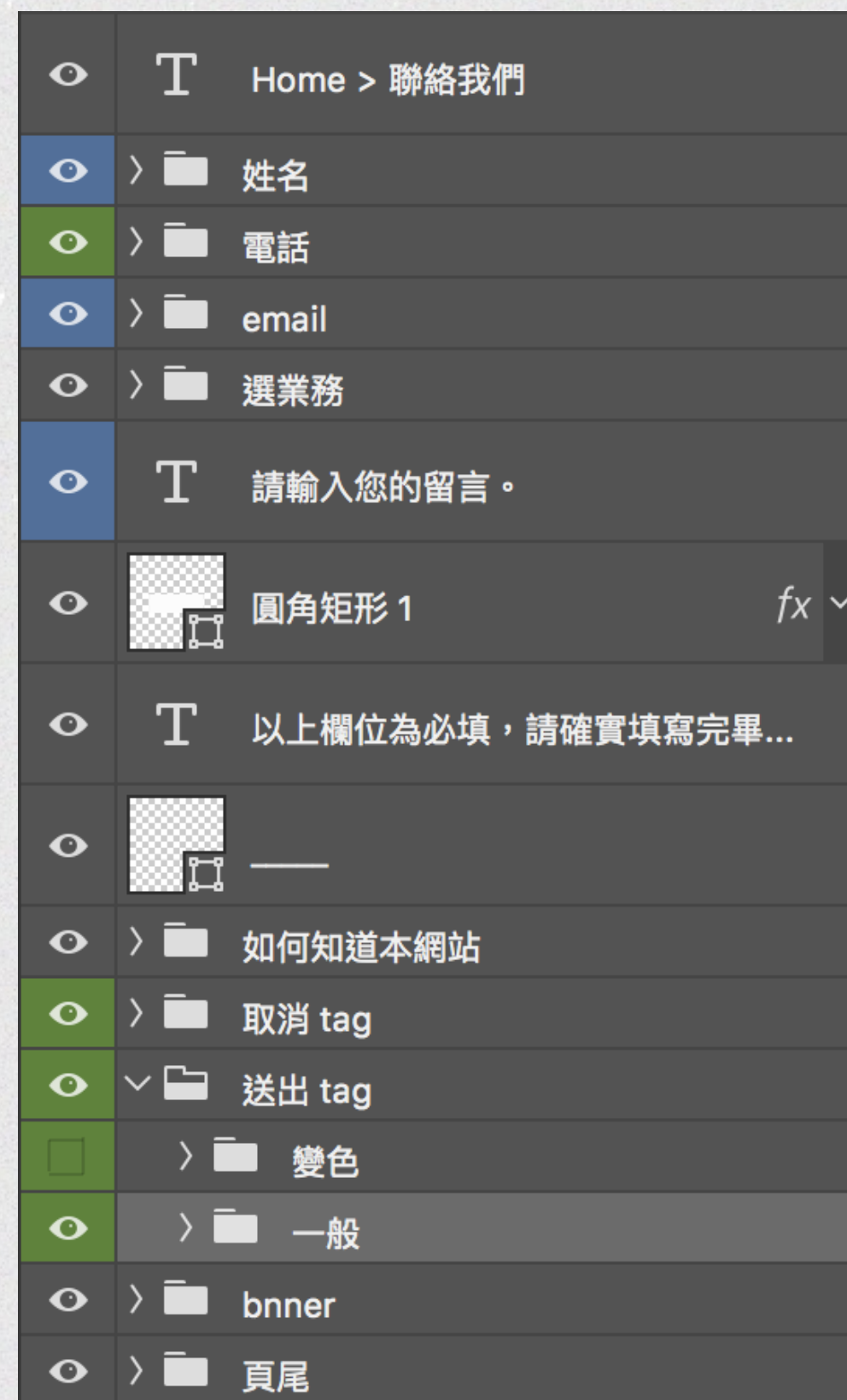
· 雲端文字：[Google Font](#)、[Google Noto Fonts](#)、[Adobe Typekit](#)、[justfont](#)、[iFontCloud](#)

設計

4. 給前端的檔案注意事項

· 做好圖層管理

設計好的圖層應做好資料夾整理，並標上看得懂的名稱，完整的元件應分別用資料夾包起來，方便給前端切版和日後維護，此外也特別注意將互動變化的設計統一放置同一層資料夾，例如標明「滑鼠移入/移出/點擊時」、「打開/關閉」等等，確保前端製作互動效果時風格保持一致。



設計

4. 給前端的檔案注意事項

· 給完整的設計稿檔案和每頁預覽圖

除了給 psd 檔之外，需附上輸出的 jpg 或 pdf 預覽圖檔，方便前端直接檢視，也確保每一頁的畫面跟檔案是正確的，除非特殊狀況，通常都是一頁一個檔案。

預覽程式

	桌機_主題.jpg
	桌機_忘記密碼.jpg
	桌機_最愛.jpg
	桌機_登入註冊.jpg
	桌機_about_news.jpg
	桌機_about.jpg
	桌機_checkout.jpg
	桌機_contact.jpg
	桌機_home.jpg
	桌機_Privacy-.jpg
	桌機_product-list-QV.jpg
	桌機_product-list.jpg
	桌機_product.jpg
	桌機_search.jpg
	桌機_size.jpg
	桌機_term-.jpg

Adobe Photoshop CC 2017

	桌機_主題.psd
	桌機_最愛.psd
	桌機_about_news.psd
	桌機_about.psd
	桌機_contact.psd
	桌機_home.psd
	桌機_Privacy .psd
	桌機_product list.psd
	桌機_product.psd
	桌機_search.psd
	桌機_size.psd
	桌機_term .psd

設計

4. 給前端的檔案注意事項

有需要請附上其他說明：

1. Guideline 規格表

統一歸納列出網站的字體大小、顏色色碼或其他必要的元素，讓前端重複使用這些基本規範。

2. 視覺稿上標註尺寸

有些設計師會使用工具在視覺稿上標註尺寸，主要是在 APP 執行上讓工程師比較好排版，網頁比較少人執行，若有需要可以標明給前端，確保畫面大小是一模一樣。

3. 動畫的示意

若需要前端執行動畫撰寫，至少在設計稿裡要放入「開始畫面」和「結束畫面」兩種示意畫面或其他參考動態。

4. 網頁參考連結

不管是功能、動畫的需求，若參考過很多網站，建議放上參考連結，讓前端好執行。

5. ppt 文字備註

建議把所有需求和資料放到 ppt 簡報裡，以防前端漏掉訊息，也能確保實踐創意的想法。

- Prototype 工具：[invision](#)、[figma](#)
- 標註工具：[zeplin](#)、[sympli](#)、[markman](#)

※ 設計的常見流程：Wireframe（線框稿）→ Mockup（視覺稿）→ Prototype（原型）！

- LAYOUT PREVIEW -

視覺稿預覽

- A. 確認每頁排版、圖片、文字資訊沒有錯誤
- B. 確認視覺上的使用體驗是否需修正

內部校對 → 客戶校對 → 客戶確認

一般來說，只要產出 Mockup 視覺稿就好，除非有特殊需求才會出到 Prototype 模擬。
建議開一個可共通標註的 pdf 雲端文件，讓團隊可以在上面討論 UX 或寫上要調整的問題！

※注意檢視視覺稿時，請丟入 Chrome 瀏覽器 100% 檢視、不可縮放，才是文字和排版的正確大小。

切版前...

確認完畢後，不要讓客戶隨意更動視覺稿版面！

全部都定案了才可以開始切版！

全部都定案了才可以開始切版！

全部都定案了才可以開始切版！

前端

- FRONT END -

依據設計和功能需求，前端可以事先做好測試、開發或尋找合適的插件！

主要如下：

1. 視覺稿切圖
2. 撰寫網頁程式
3. 跨平台測試除錯、效能優化
4. SEO、上線前後測試

前端

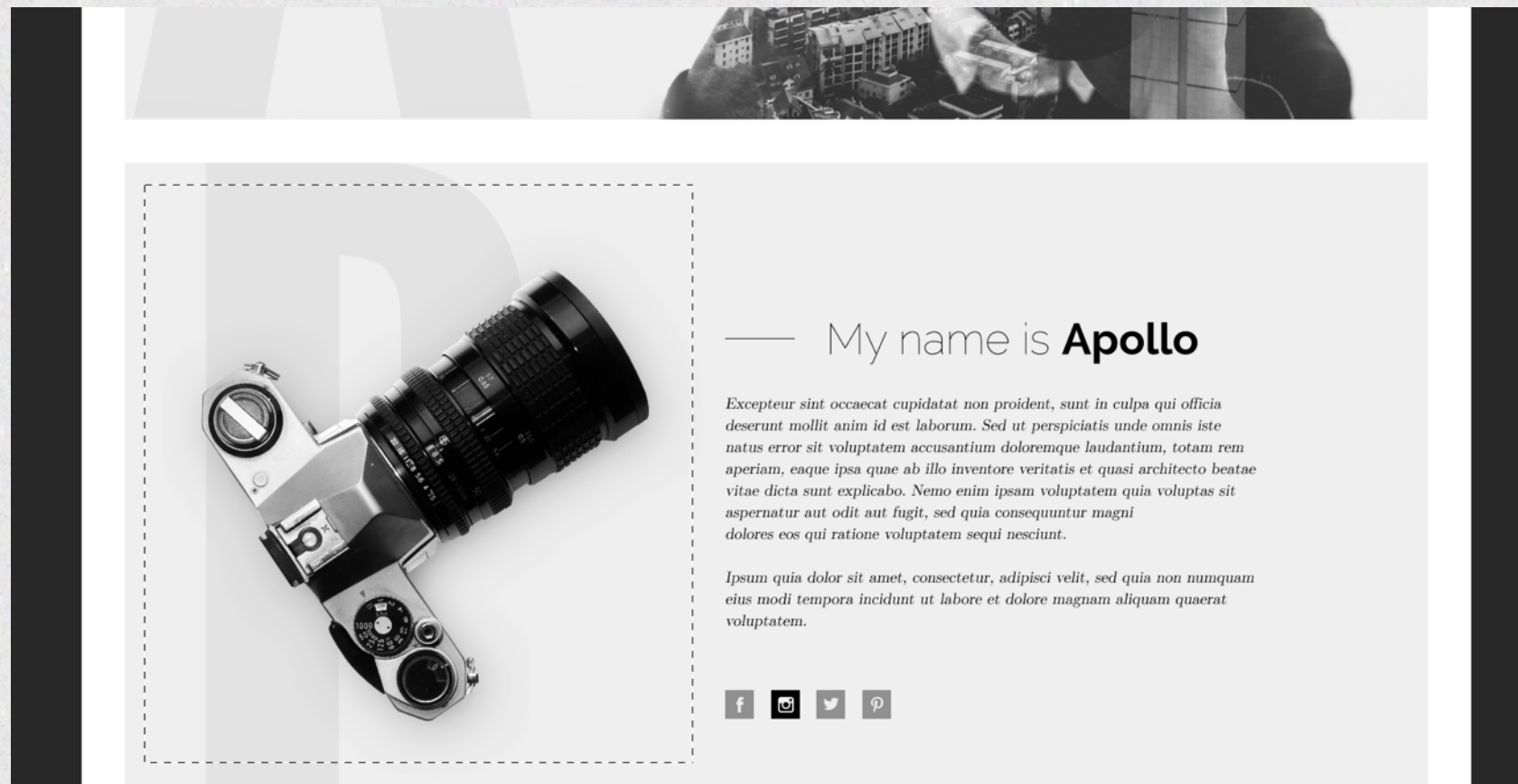
1. 視覺稿切圖

拿到設計稿時，先把桌機版和手機版對照一遍，再用紙筆（和腦袋小劇場）規劃一下整體架構，確保後續程式開發可以非常彈性使用：

- ① **圖層要怎麼拆？** 誰跟誰要一起 / 分開？單一 / Sprite？哪些會一起掉下來 / 消失 / 出現？...
- ② **哪些圖片要共用？** 要切一張共用？還是要切兩張？...
- ③ **要輸出圖片嗎？** 元件要裁圖？還是用 CSS / SVG / Canvas 做？...
- ④ **圖片要輸出什麼檔？** png / jpg？...
- ⑤ **動畫要輸出什麼檔？** gif / png 連續圖 / CSS / SVG / Canvas / 影片 做？...
- ⑥ **要輸出多大尺寸？** 哪些要切兩倍大？類似的區塊要寬高統一嗎？...
- ⑦ **哪些地方要保留動態資料？** 要有可以自動長高的彈性空間？還是限定空間？...
- ⑧ **要先切哪個版？** 先切手機版？先切桌機版？...

前端

1. 視覺稿切圖



- Photoshop 切圖外掛：[Cutterman](#)、[Cut&Slice me](#)
- Photoshop 內建快速切圖方法：[連結](#)
- Illustrator 內建快速切圖：[連結](#)

依前端風格有各種切版的方式，沒有一定的解法

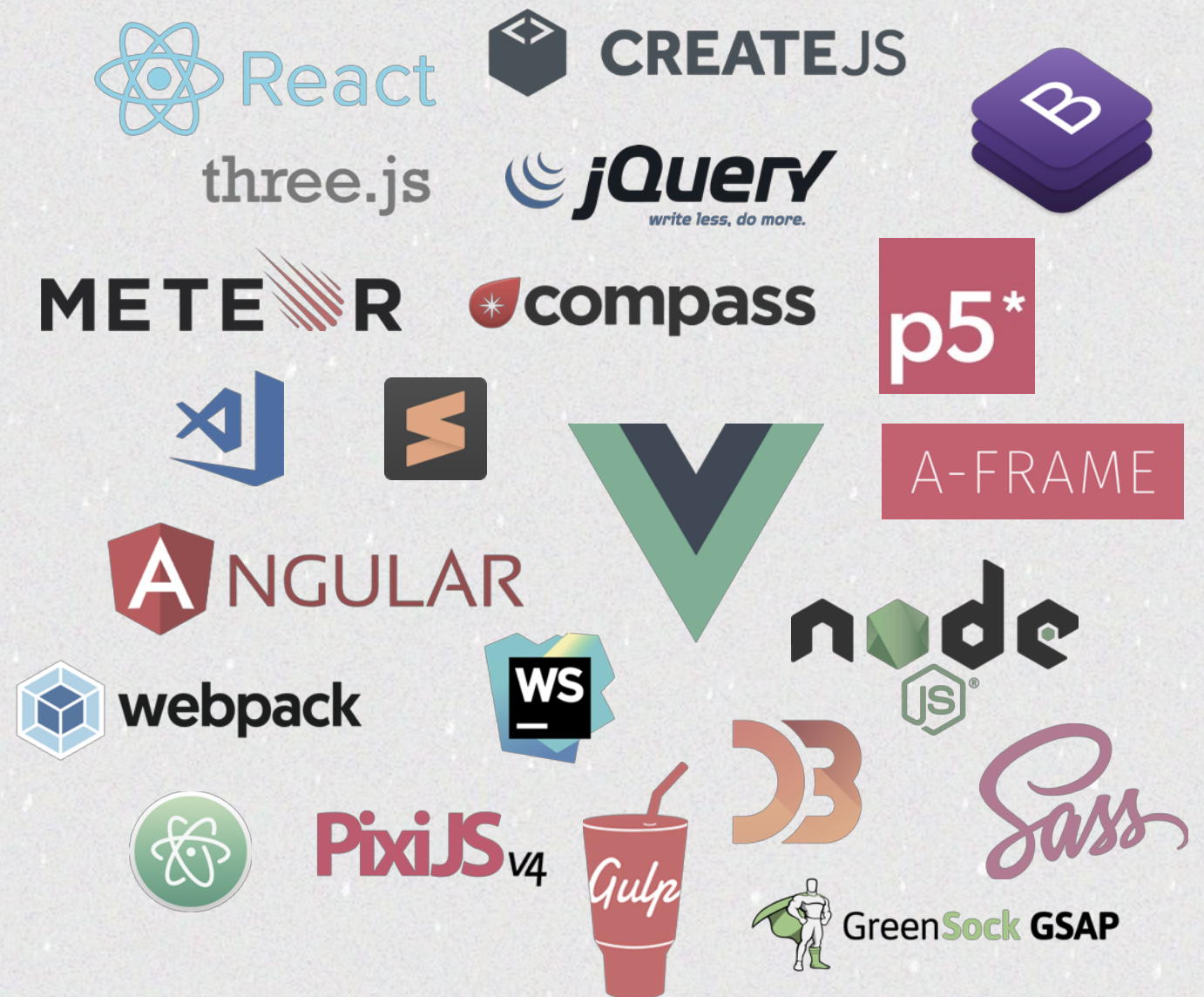
只有不斷嘗試、適合每次專案的最好辦法！

前端

2. 撰寫網頁程式

寫程式前先確認幾件事：

- ① 要用什麼框架寫？
- ② 要用什麼工具輔助？
- ③ 要找哪些插件？
- ④ 哪段程式要模組化？
- ⑤ 哪些區塊要保留串動態資料？
- ⑥ 哪邊日後需要經常置換？
- ⑦ 資料串接的部分跟後端配合會方便嗎？



HTML 結構 → CSS 樣式 → JavaScript 動態 → 部分資料串接

前端

2. 撰寫網頁程式

基本響應式開發注意事項：

1. 以 HTML5 宣告開發

如果要支援 IE8 以下，請使用 [html5shiv.js](#) 或 [respond.js](#) 給不支援 HTML5 標籤的瀏覽器版本閱讀。

2. 設定 viewport 使裝置呈現正確

在 <head> 裡可以設定 meta 的 name 為 viewport，這個標籤可以相應裝置做出正確的顯示。

3. 設定 IE 版本相容性

在 <head> 裡設定，確保 IE 各版本的相容性，通常使用 content="IE=edge"，表示「什麼版本的 IE 瀏覽器就用什麼版本的標準模式」，沒有加這行，在某些 IE 版本會跑版。

4. 使用彈性單位

字型尺寸的單位使用 em、rem、vw...區塊、圖片單位請善用 %、vw、vh 單位，以及 mix 和 max 功能。

5. 各平台語法相容

程式做優雅降等和漸進式改善時，請多利用 CSS Hack、HTML Hack、[Modernizr](#) 或其他 Polyfill 方法修正。

6. IE8 以下不做響應式

IE8 以下不支援 media queries、IE6 以下不支援 max(min)-width，所以版面寬度固定以內容最大寬度為佳。

前端

2. 撰寫網頁程式

提供幾個撰寫建議：

- ① HTML 標籤語意清楚
- ② 遵守 W3C 的正規語法
- ③ 整理程式碼的好習慣
- ④ 多關注市場開發動態

- HTML 基本架構參考：[MDN 建議](#)
- CSS 命名規範系統 OOCSS / BEM / SMACSS 參考：[網友建議](#)
- W3C HTML 規範驗證：<https://validator.w3.org/>
- W3C CSS 規範驗證：<http://jigsaw.w3.org/css-validator/>
- 各平台的開發人員中心：[Google](#)、[Youtube](#)、[Facebook](#)、[MDN](#)、[MSDN](#)、[Microsoft](#)、[WebKit](#)、[Apple](#)

```
<div class="container">
  <div class="row">
    <div class="col-md-6 col-lg-8"> <!-- _____ BEGIN NAVIGATION
      <nav id="nav" role="navigation">
        <ul>
          <li><a href="index.html">Home</a></li>
          <li><a href="home-events.html">Home Events</a></li>
          <li><a href="multi-col-menu.html">Multiple Column Men
          <li class="has-children"> <a href="#" class="current">
            <ul>
              <li><a href="tall-button-header.html">Tall But
              <li><a href="image-logo.html">Image Logo</a></li>
              <li class="active"><a href="tall-logo.html">Ta
            </ul>
          </li>
          <li class="has-children"> <a href="#">Carousels</a>
            <ul>
              <li><a href="variable-width-slider.html">Variab
              <li><a href="variable-width-slider.html">Testimoni
```

依據專案的形式，找最合適的方案執行！

同時也要把「彈性規劃」、「方便維護」、「檔案管理」放心上！

※ 盡可能用最有彈性的方案做精準的規劃，事後的撰寫和維護才會比較順利喔！

前端

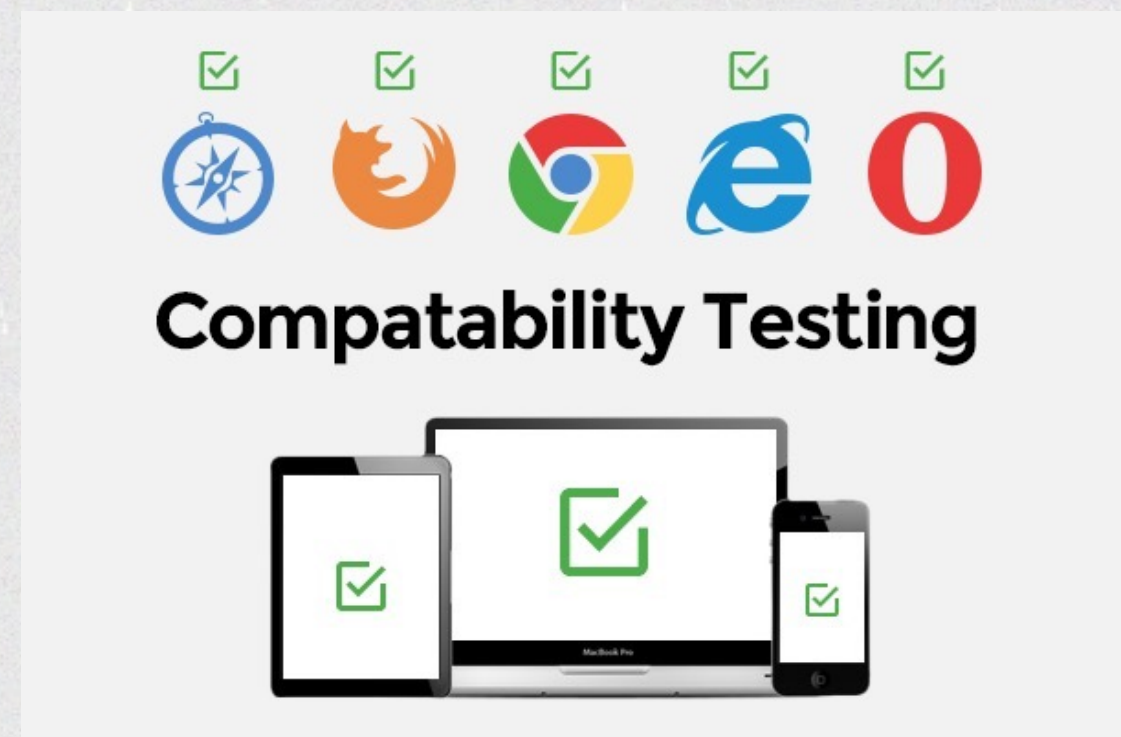
3. 跨平台測試除錯、效能優化

除了慣用的瀏覽器外，也要注意需要相容的瀏覽器版本和裝置能正確瀏覽！

若網頁有錯誤可以針對以下幾點查找：

- ① 是程式邏輯錯？還是語法錯？
- ② 哪些瀏覽器有？哪些沒有？
- ③ 哪些裝置有？哪些沒有？
- ④ 是版本問題嗎？
- ⑤ 還是操作的流程錯了呢？
- ⑥ 怎樣不正確使用才會發生？

- IOS 裝置除錯方法：[Safari 遠端除錯](#)
- Android 裝置除錯方法：[開啟開發人員](#)、[Chrome 遠端除錯](#)
- 線上模擬器工具：[browserling](#)、[CrossBrowserTesting](#)



前端

3. 跨平台測試除錯、效能優化

效能測試有很多方法，可能性也非常廣，常見的有：

- ① 桌機手機都跑起來會卡卡的嗎？
- ② 第一次載入會等很久？
- ③ CPU 或 GPU 有沒有飆很高？
- ④ 程式寫法需要再被優化嗎？
- ⑤ 套件本身效能是否就不好？
- ⑥ 檔案是否還需再壓縮？

- 可參考 Google 針對效能優化方式的建議：[Performance](#) 章節
- 請多使用瀏覽器開發工具除錯：[Chrome 開發者工具](#)
- 推薦 Chrome 開發插件：[JavaScript Errors Notifier](#)、[Window Resizer](#)、[Emmet Re:view](#)、[YSlow](#)
- 語法相容性查詢：[Can I use](#)、[BrowserHacks](#)（不支援畫面可使用 IE HTML Hack 設定）

※因為優化的方式沒有一個具體執行的方式，所以平常開發的心得和紀錄可以寫下來，以便下次不踩雷！

前端

3. 跨平台測試除錯、效能優化

幾個基本優化建議，但需斟酌狀況使用：

1. 圖片壓縮 (compress)

用線上 [tinyPNG](#) 和本機 [ImageOptim](#) 工具壓縮、顏色複雜的圖輸 jpg、顏色單純輸 png ...

2. 程式碼縮小化 (minify)

用 [minifier](#) 將 css、js 檔案壓小...

3. 減少圖片載入數量

用 [base64](#) 讓圖片直接嵌在程式碼、用 [sprite](#) 將圖片合併...

4. 減少程式碼載入數量

內嵌在頁面上、檔案合併成一支...

5. 多使用畫布、快取、緩衝等新的程式方法

transform 取代直接移動、requestAnimationFrame 取代 setInterval、部分 3D 取代 2D...

6. 使用 CDN 分流

用 [cdnjs](#) 資源、用 [cloudflare](#) 代管分流服務...

前端

4. SEO、上線前後測試

META、GA 和 Tracking Code都上好後，做最後的測試，尤其上測試機時要再確認一次：

- ① 網站名稱和縮圖有顯示正確嗎？
- ② 追蹤碼有沒有都下到？
- ③ 資料都有正確傳進後台嗎？
- ④ 壓縮過或合併過的檔案都能使用正常？
- ⑤ 檔案有快取問題嗎？

- Google 測試網頁速度的建議：<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>
- Google 行動裝置相容性測試：<https://search.google.com/test/mobile-friendly>
- Varvy SEO tool 針對 SEO 優化的建議：<https://varvy.com/>
- 自動化打包工具：[webpack](#)、[gulp](#)、[grunt](#)

※檔案命名請統一，平常也要整理檔案，方便日後維護！

- STATIC WEBSITE PREVIEW -

靜態站預覽

- A. 確認每頁排版、圖片、文字資訊
- B. 確認使用體驗、動畫、流程、過場...等等是否需調整
- C. 在各平台上多測試，處理有錯誤的地方

內部校對（→ 客戶校對 → 客戶確認）

建議開一個 excel 雲端文件列出 bug，讓團隊一起幫忙測試除錯！

※這邊通常會省略給客戶校對，如果有必要可以先給客戶看尚未串資料的靜態網站預覽。

串接前...

確認完畢後，不要讓客戶隨意更動網站功能和畫面！

全部都定案了才可以開始串接！

全部都定案了才可以開始串接！

全部都定案了才可以開始串接！

※前端將檔案放上 git，讓後端可以直接拉下來使用！

後端

- BACK END -

依據網站需求，後端會與前端同步做好後台架構，等前端的靜態網站完成後，才會進入後端串接！

主要如下：

1. 後台功能開發

2. 主機設定

3. 與前端串接

4. 放上 git 和測試機

（因為後端自己會搞定，所以以下省略！）

- DYNAMIC WEBSITE PREVIEW -

動態站預覽

- A. 確認每頁排版、圖片、文字資訊
- B. 確認使用體驗、動畫、流程、過場...等等是否需調整
- C. 確認 GA 及 Tracking Code 是否正確
- D. 確認 SEO 和分享資訊
- E. 測試在各平台、瀏覽器、裝置的功能，有錯誤請前後端處理

內部校對 → 客戶校對 → 客戶確認

建議開一個 excel 雲端文件列出 bug，讓團隊一起幫忙測試除錯！

※後端不定期更新上 git，前端要修改就可以直接拉下來使用！

附註

- NOTES -

補充網站基本的搜尋引擎最佳化（Search Engine Optimization，SEO）和追蹤碼設定的細節！

主要如下：

1. 基本 Meta 設定

2. FB Meta 設定

3. GA 網址設定

4. GA 追蹤碼設定

5. FB 分享狀態

6. 雲端文件範例

附註

1. 基本 Meta 設定

Meta 是一個網站上線必備的元素，攸關搜尋引擎排行和廣告行銷，這裡以博客來網站舉例，列出以下基本設定：

1. 網站標題（建議 25 字以內）

```
<title>歡迎光臨博客來</title>
```

2. 網站關鍵字（建議 10 個以內）

```
<meta name="keywords" content="博客來,網路書店,線上購物,書籍,百貨,影音,設計,文具,美食,美妝">
```

3. 網站描述（建議 100 字以內）

```
<meta name="description" content="博客來提供上百萬書籍、百貨、影音、設計、文具、美食、有機、美妝、服飾。網路書店有齊全的繁簡體外文書籍雜誌，購物網多樣性百貨設計商品滿足您購物需求。取貨安全方便，中午前訂7-11隔日取">
```

歡迎光臨博客來

www.books.com.tw/ ▼

博客來提供上百萬書籍、百貨、影音、設計、文具、美食、有機、美妝、服飾。網路書店有齊全的繁簡體外文書籍雜誌，購物網多樣性百貨設計商品滿足您購物需求。取貨安全方便，中午前訂7-11隔日取。

附註

1. 基本 Meta 設定

其他 Meta 注意事項：

1. 文字請勿過長

因為搜尋引擎上不會顯示這麼多字。

2. 請下「精準」的關鍵字

過多的關鍵字會被搜尋引擎判斷為垃圾網站。

3. 不能斷行

因為這是給搜尋引擎看的，而且搜尋引擎上不會顯示斷行。

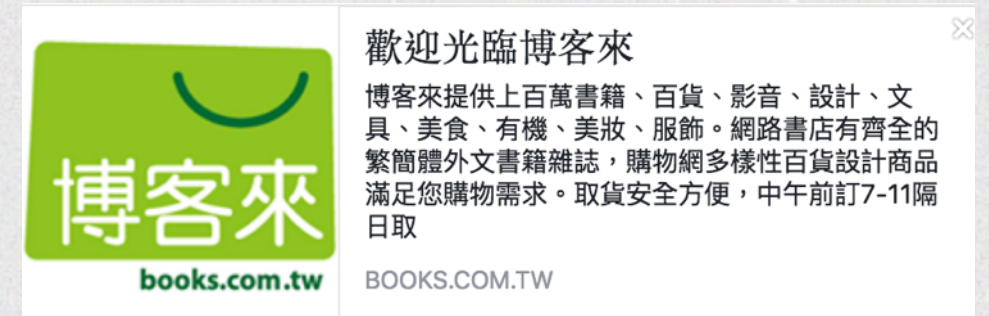
4. 文字一定要確認過才上線

以防上線後搜尋引擎和其他分享平台無法清快取。

※ 建議提交 [sitemap](#) 提醒搜尋引擎：我們的網站上線了！

附註

2. FB Meta 設定



其他社交平台也提供自己的行銷設定，像是 Facebook：

1. 網站標題

```
<meta property="og:site_name" content="博客來"/>
```

2. 網站描述

```
<meta property="og:description" content="博客來提供上百萬書籍、百貨、影音、設計、文具、美食、有機、美妝、服飾。網路書店有齊全的繁簡體外文書籍雜誌，購物網多樣性百貨設計商品滿足您購物需求。取貨安全方便，中午前訂7-11隔日取"/>
```

3. 網站類型

```
<meta property="og:type" content="product"/>
```

4. 網站縮圖（絕對網址）

```
<meta property="og:image" content="http://www.books.com.tw/csss/images/books_logo.png"/>
```

5. 網站網址

```
<meta property="og:url" content="http://www.books.com.tw"/>
```

附註

3. GA 網址設定

GA 是最常拿來作網站追蹤的平台，第一部分主要針對導回連結，設定網站外的其他媒介上，廣告網址基本說明：

1. **utm_source** `utm_source=google, utm_source=facebook`

廣告來源 (Campaign Source)，辨識流量來源，例如搜尋引擎、電子報名稱、Facebook等。

2. **utm_medium** `utm_medium=cpc`

廣告媒介 (Campaign Medium)，辨識廣告或行銷媒介，例如 email、單次點擊出價、橫幅廣告等。

3. **utm_campaign** `utm_campaign= spring_sale`

廣告名稱 (Campaign Name)，辨識特定產品促銷名稱或行銷活動等，用來作關鍵字分析。

4. **utm_term** `utm_term=running+shoes`

廣告關鍵字詞 (Campaign Term)，標示廣告關鍵字，用來作關鍵字付費搜尋。

5. **utm_content** `utm_content= logolink, utm_content= textlink`

廣告內容 (Campaign content)，區分指向同樣網址的廣告內容或連結，用來作 A/B 測試和內容定位廣告。

※**utm_source**、**utm_medium** 和 **utm_campaign** 是必用參數，一定要加進網址，少一個可能會偵測不到！

附註

4. GA 追蹤碼設定

第二部分針對網站內的使用狀況，最常使用的追蹤碼設定：

1. PageView

頁面追蹤用來追蹤使用者進入頁面，通常會針對“每一個頁面”設定，若是 SPA 網站需注意程式碼觸發的方式。

```
gtag('config', 'GA_TRACKING_ID', { 'page_title': '頁面標題' });  
gtag('config', 'GA_TRACKING_ID', { 'page_title': 'homepage' });
```

2. Event

事件追蹤用來追蹤使用者點擊及互動的狀況，通常針對頁面上的“元件”設定。

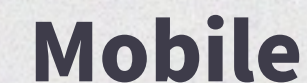
```
gtag('event', '事件名稱', { 'event_category': '類別名稱', 'event_label': '標籤名稱' });  
gtag('event', 'click', { 'event_category': 'Button', 'event_label': 'Back Home' });
```

- GA 操作後台：[Google Analytics](#)
- 設定連回網址：[廣告網址產生器](#)
- 網址設定注意事項：[自訂廣告連結](#)
- GA 程式碼設定參考：[gtag.js 指南](#)
- 其他 GA 的用法請多參考 Google 官網：[連結](#)

※若有一頁式的長型網站想要偵測每個區塊，建議使用 Event，但前端要記得不要重複計算！

5. FB 分享狀態

- PC

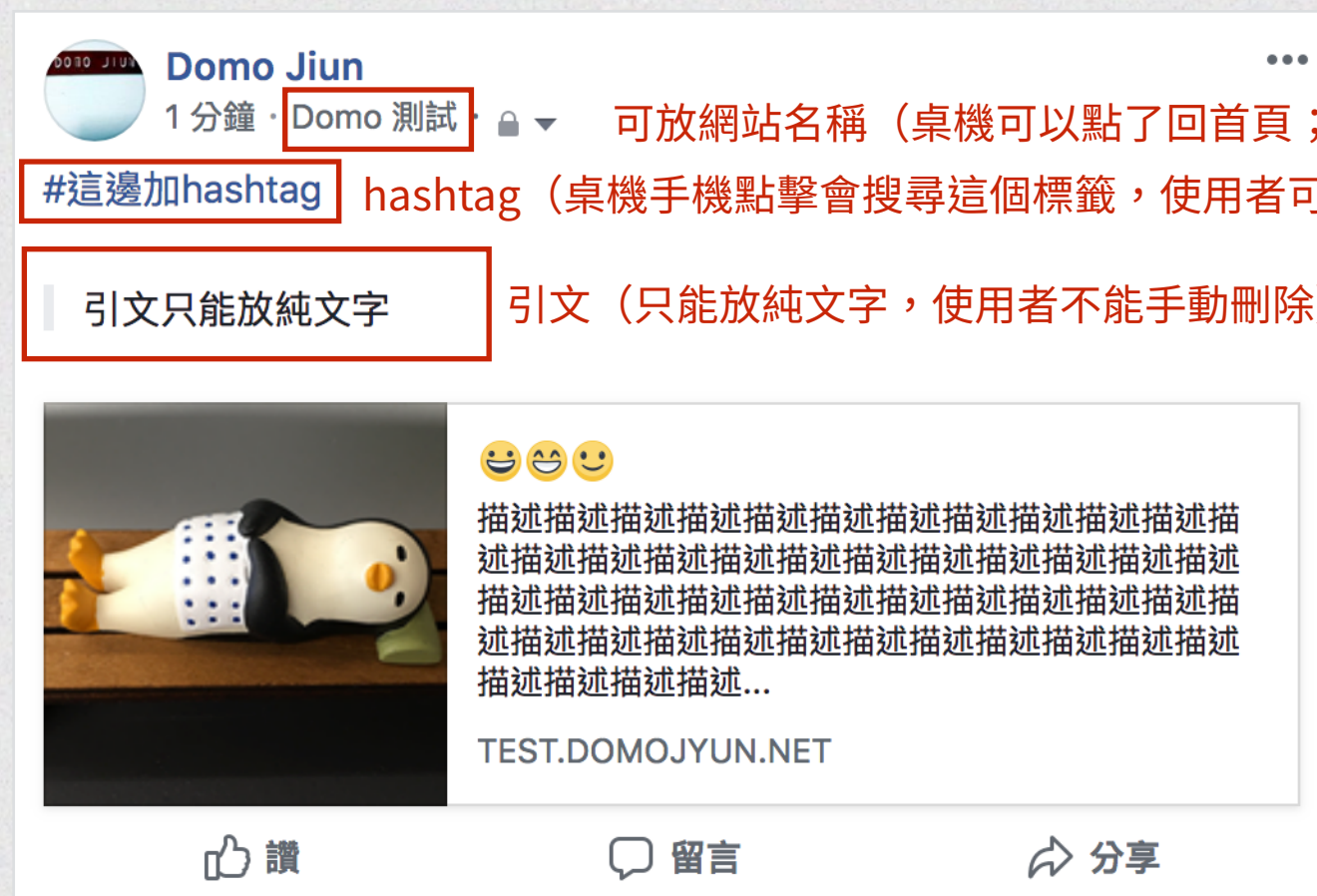


※建議分享 GIF 寬度最小 303px，不然會被自動拉大而變形。

附註

5. FB 分享狀態

· 有引文的狀態



PC



Mobile

※有引文的貼文，縮圖就不能正常顯示，會自動才切成正方形小圖。

附註

6. 雲端文件範例

· 除錯表

當前後端釋出測試站預覽時，可以使用 excel 建構一個除錯用的表格，讓團隊一起測試、修理 bug、互相確認進度，格式請參考下圖，並開新的一份提供給執行人員。

fx	A	B	C	D	E	F	G	H
1	提出日期	問題描述	系統版本 (ex: IOS 11, windows 7)	瀏覽器版本 (ex: IE10, Edge)	發現人	前端修正打勾	內部確認完畢打勾	備註
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								

上線前...

確認完畢後，不要讓客戶在上線之後隨意更動網站！

真的都沒有錯誤才能正式上線！

真的都沒有錯誤才能正式上線！

真的都沒有錯誤才能正式上線！

- DYNAMIC WEBSITE PUBLISH -

正式站上線

- A. 確認每頁排版、圖片、文字資訊
- B. 確認檔案都可以正常讀取和載入
- C. 確認 GA 及 Tracking Code 是否正確
- D. 確認正式網址的 SEO 和分享資訊
- E. 確認在各平台、瀏覽器、裝置的功能都沒有問題

內部確認 → 客戶確認

※把最新的檔案更新到 git 上，確認前後端拿到的是線上正式檔，後續修改才不會有問題！

維護

- MAINTAIN -

正式站經常是另一個網址和網域，有時候會出現本機和測試機沒有測到的問題，或是在多個使用者使用後才會發生...上線之後還是要多看看有沒有其他狀況！

上線後不應再做版面或程式改動，如果是做「微調」、「更新資訊」屬合理範圍，若要做大更動就要重新規劃，通常稱「改版」。

請前後端記得**維護還是要注意程式碼修改的品質喔！**

結語

- CONCLUSION -

以上純屬建議和個人經驗
世上沒有一種 SOP 可以通用每一種專案
工具是死的，但人是活的

彼此多為團隊每個人著想，大家做事就會越快越順利喔！

請舉一反三、活用方法
並與時更進每次的製作流程！

附件檔案可以在[這裏](#)下載，包含桌機手機的 psd 和 除錯範例 excel 表



Thank You