

機車養護手冊

合作廠商:達新車行

組員: 莊英勇 彭立修 陳建瑋

一、合作對象分析

合作廠商為達新車行，土城區在地專業維修機車的公司，老闆經營理念跟在業界的期望與我們所認知的有所相同，因此成為我們的合作對象

合作廠商介紹	
公司名稱	達新車行
公司簡介	本店在土城區經營 30 餘年。
經營理念	30 年來維持乾淨衛生的修車環境、良好的商家溝通、帶給客人良好的服務。
洽談人員	莊英勇、莊育達
教學對象	消費者

二.需求分析

1.車行目前現況

來店客人多無基本對機車的了解，業界也很常發生價錢不透明導致消費糾紛，不理解車況本身使得維修零件好壞都由各車行老闆自行決定，消費者無從根據，只能貨比三家碰碰運氣。為解決這些問題，合作廠商希望能開發數位教材結合紙本，帶給來店顧客除了修車以外的一些知識，確保自身權益。

2.車行希望達成的目標

(1)資訊透明化減少消費糾紛

- (2)提供更詳細的網路資訊給消費者查閱
- (3)建立保養車輛的基本觀念
- (4)期望已經是店內常客的客群能留下
- (5)期許吸引更多客群

三、教學分析主題分析

1.單元一 構造介紹

目標:

學習者可以識別車輛的基本構造。

學習者可以理解車輛的基礎作動原理。

2.單元二 保養與維修

目標:

學習者可以理解保養的重要性。

學習者可以區分消耗品與重要零件的差異。

學習者可以辨別市場上的合理收費價格。

3.單元三 車種介紹

目標:

學習者可以理解現在車輛趨勢與發展。

學習者可以辨別普通重型機車與重型機車。

四、單元大綱

第一單元 構造介紹		
學習者學習完此單元後可以更加了解機車零件作動、內部構造。		
單元 1-1:車輛硬體介紹。	單元 1-2:傳動系統介紹。	單元 1-3:煞車系統介紹。
介紹車架、燈組、油門管線、輪胎等等硬體。	介紹傳動系統作動方式及原理。	介紹卡鉗、碟盤、前叉、作動方式等等。
單元二 保養維修		
學習者學習完此單元後能夠理解保養的重要性、合理的收費價格。		
單元 2-1:常見保養用品與消耗品介紹。	單元 2-2:保養與維修過程。	單元 2-3:常見保養與維修項目收費區間。
機油、碟盤、輪胎、皮帶等等。	實拍影片 4 部	機油、齒輪油、碟盤、輪胎、來令片等常見消耗品價格
單元三 車種介紹		
學習者學習完此單元後可以理解現在的大眾車款、學習者可以辨別普通重型機車與重型機車的差異		
單元 3-1:介紹油車。	單元 3-2:介紹電車。	單元 3-3:普通重型機車和重型機車。
125.cc、150.cc、180.cc 各代表車款。	市面上常見車款、換電站介紹。	重機和普通重機的路權差異。

五、發展

一、發展教材使用情境

1.消費者至車行進行保養

配合教材可以讓消費者選擇自己需要的保養品，價格性能都可以在網站上作對比，再與老闆作選購

2.消費者至車行進行維修

車輛出現異常或無法正常行駛，配合教材使用與老闆說明可以讓消費者知道自己車輛的具體狀況，再進行維修，才能讓買賣雙方更清楚，減少消費糾紛

3.消費者對價格有疑慮

若在維修後對老闆提出的報價有疑慮時，可以配合老闆的說明搭配教材，查詢耗材、維修項目的價格。

二、專案團隊隊員發展

陳建瑋：企劃書製作 文書編輯 影片剪輯

莊英勇：網站製作 作品編輯

彭立修：影片錄音 資料搜集

六、實施及評鑑

一、總結性評鑑

1.問卷總結

我們根據實際的來店客發放問卷，以消費者作為評鑑規劃對象（學習者），做總結性評鑑，從 5/11 ~ 5/18 的期間內，收集 50 人

(39 位男性 11 位女性年齡在 20~50 歲之間) 共 50 份問卷問卷後採用平均值作估算，了解回饋滿意度。

題目—內容文本	平均值	題目—服務	平均值
1.使用此教材後讓能我更了解車行零件的價格	4.2	8.此教材讓我對車行服務感受更加完善	4
2.使用此教材後我能理解車行的收費區間	4.1	9.此教材讓我更信任此車行的各種服務	4
3.使用此教材後我能理解各個零件的功能與作用效果	4	題目—網頁介面	平均值
3.使用此教材後我能理解各個零件的功能與作用效果	4	10.此教材設計讓我使用上的操作流暢	3.5
4.使用此教材後我能使用網站提供資訊確認自身車輛狀況	4	11.此教材的流程設計讓我閱讀流暢	4.1
5.教材所提供之建議與老闆傳遞給我的專業知識相同	4.5	12.此教材的圖片設製、文字說明完整	3.9
6.此教材能建立我對機車保養的基本觀念	4.6	13.此教材中的範例教學影片清晰、有幫助	4.4
7.此教材能讓我在騎乘機車時更安心	4.4	14.此教材示範影片中的重點整理有幫助	4.3
		15.我認為此教材能夠帶來幫助	4

2.合作廠商回饋

車行老闆：消費者使用過後對於消費的價格能掌握得更加清楚，對於零件、耗材的價碼能有基本的認知，而不會對於價格有不認同的異

議，且對於機車的基本觀念也有進一步的加強，在車輛發生問題時也能在當下有基本概念，能說出車輛的問題，在進行車輛維修、保養時也能更快的處理好，也因此讓消費者留下更好的印象，使客人再來店內的意願度升高。

3.如何優化教材

(1)使用不方便 沒有行動裝置版本

來店的消費者，大多不會隨身攜帶可以瀏覽網頁的行動裝置，通常需要回家研究後，才能再次與老闆討論，缺少即時性。

(2)互動性較少

根據回饋，發現消費者在使用上，往往都會搜尋他們所需要的章節，得到資訊後，就沒有繼續使用教材的意願，吸引力不足。

(3)教材使用時間過長

消費者在店內所待的時間通常不超過一個小時，所以也沒有足夠的時間可以完整的使用完此教材。

缺點	如何優化
使用不方便 沒有使用裝置版本	調整網頁的版面、功能，使行動裝置也能方便使用此教材。
互動性較少	新增語音導覽功能、搜尋欄。
使用教材時間過長	簡化教學影片、文本內容。