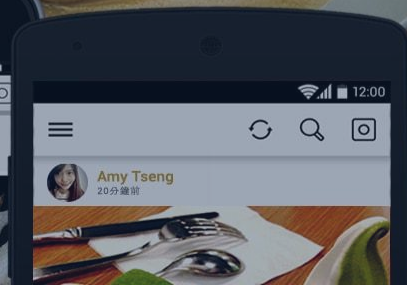


MENU

Zero to One:

How to Build My Own Products



B2B2C strategy

For our business model, we not only focus on customer side but also restaurant service side.

We want to generate revenues and make a profit from restaurants as well.

Customers



Restaurants



Taiwan Culture of eat and drink

Eat to live in Taiwan; Live in Taiwan to eat

In Taiwan, eating out or going to restaurants are very convenient and not expensive so that people do not cook by themselves. Also Taiwan cooking food is a branch of chinese cuisine, and we can eat a lot of diversified foreign food. That is why people love to enjoy the food and drink very much here.

臺灣餐飲

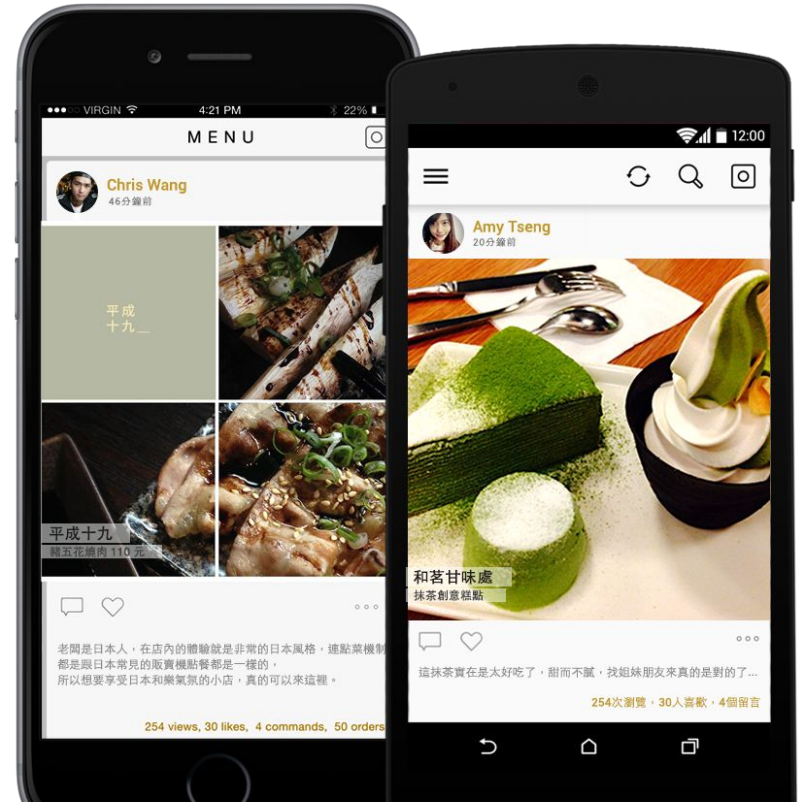


MENU

Share delicious moments with MENU

MENU is a food-sharing social platform. It is easy to capture and share your delicious moments with your families and friends. Simply check-in to restaurants, you may share your filtered photographs no matter where you are. Not only your followers can get to know your happy eating life, but they also get to check out the restaurants' information easily. When you open MENU, you will see new photos from your friends and shared photos of the much ambrosial foods and beverages of Taiwan.

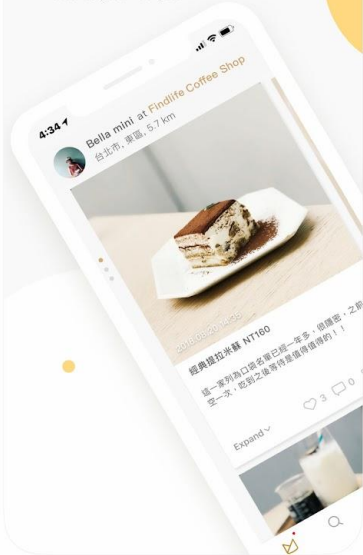
Social media X MENU X Eat & Drink



現在開始，分享你我發現的好美食。

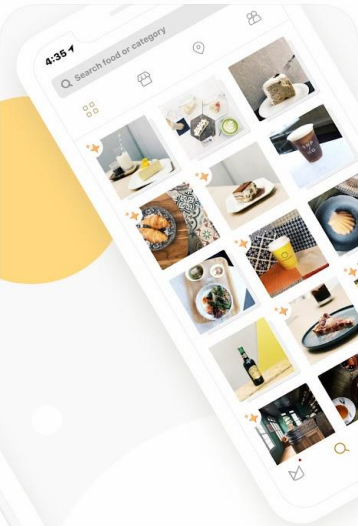
Foodies Social Network

Share food memories with foodies just like you.



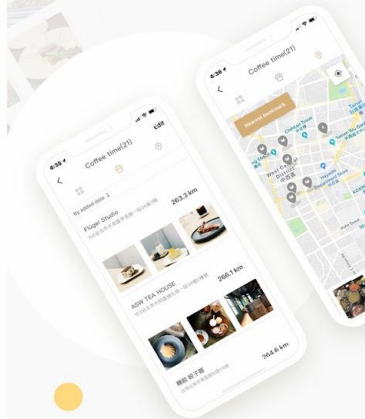
Delicacy Radar

Find your next meal by flipping photos with intuition.



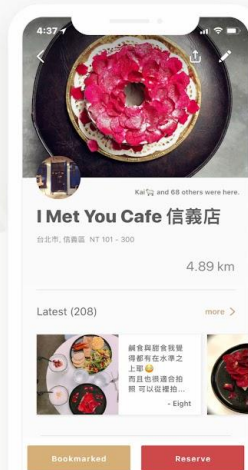
Foodie's Wish List

Bookmark everything that makes you drooling.



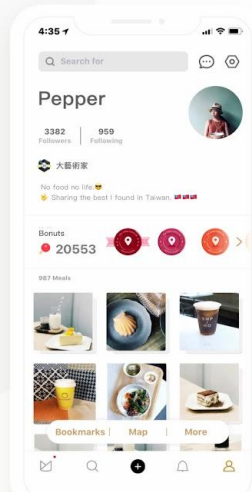
Find the Right-restaurant

Check out foodies' reviews to find your best choice.



Follow the Food-prints

Any memory of food will keep a record.



User interviews and testing

User testing and refining design before production

Before launching MENU on Google Play and Apple Store, we ran many user interviews and tests several times. Here are the research and tasks that we achieved below:

- Ran persona user research with 4 foodie bloggers and 4 people.
- Conducted user testing with 6 people
- Offline testing with 80 users to collect the content



許桂萍 (小龜)
視覺設計師

25-30歲女
每天上網時間約3-5個小時
使用手機或 相關智慧型產品：iPhone 5S
常用照片拍攝處理或關於餐飲用的APP：



王文穎 (雪人)
產品管理

25-30歲女
每天上網時間約4個小時以上
使用手機或 相關智慧型產品：iPhone 5s, iPad Air 2
常用照片拍攝處理或關於餐飲用的APP：



陳映伶 (Lisa)
介面設計師

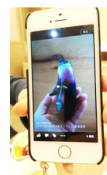
25-30歲女
每天上網時間約4個小時以上
使用手機或 相關智慧型產品：iPhone 6
常用照片拍攝處理或關於餐飲用的APP：



Personas about foodie's experience

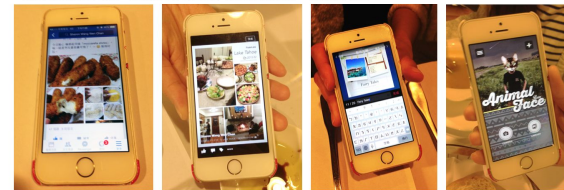
“對我來說拍攝有趣的食物可以分享给朋友们是一件好玩的事情。”

- 小龜是一位喜歡拍攝的設計師，以前會帶著相機到處拍攝做記錄，但隨著智慧型手機出現，用手機拍攝是更方便的。身邊周圍的硬體產品幾乎都是Apple相關。
- 用手機拍攝通常針對生活瑣事才使用，利用iPhone內建的效果就很方便。而iPhone的瀏覽方式也設計得很好，覺得不太需要其他app來輔助。
- 會用VSCOcam做調整照片內容，他的調整效果非常的好，調整出來的東西整體對比度很高，所以很常用它，然後調完就會儲存下來做其他目的。
- 本身會自己動手做吃的，然後會拍下來整理在Facebook分享给大家看看。以前曾經在日本打工學過，曾在日本自己煮吃的，而在台灣的朋友們會感到相當特別，覺得像是在演黃金傳說，而其實在日本自己弄的是非常常見的，跟台灣不一樣，台灣多為外賣族。
- 在日本有用這一畫APP叫做Cookpad，相當是像愛料理的架構。
- 在公司，同事們相當愛吃東西，對於美食吃點東西會很主動，很常辦聚餐。有個同事會很主動幫大家開要吃什麼，然後找可以聚餐的地點，會經常打聽這些有沒有日子，通常也是會用這些APP。
- 自己很常跟朋友出去會咖時找吃的，通常判斷要不要吃這一餐是以料理的種類、價位以及這些餐廳的乾淨程度來做決定。



“我喜歡把自己平常吃喝玩樂的生活變成照片分享给朋友们！”

- 雪人平常喜歡上傳Facebook或是分享朋友關於自己的吃吃喝喝照片以及影片，對於拍照的後製是非常注重的，而基本上，拍人的話會用Camera 360，食物跟景色則用相機內建的app較多，但不大會對食物做後製。
- 平常會打開Google去搜尋美食照片，沒事就瀏覽看看，可以當作下次吃飯的參考。如果是第一次要去，會特別決定選的Menu以及照片食物來決定要不要吃這一餐餐。
- 打開修圖照片，通常會去調整亮度、對比度等比較細節的。
- 曾經有一個app（訪談者已經忘記）它提供專門查詢電話地址等，非常便利，但後來因為廣告太多因此就不使用了，對於廣告太多的app不會想要去使用。
- 自己會比較講求CP值高一點的店家，若食物太過於昂貴或是自己有辦法料理則不會去選擇。
- 平常自己也會有料理的習慣，會把做好的吃的拍好幾張，然後用組合拼圖的APP把它分享基礎上。



“會拍很多吃的照片留下美好回憶或是當參考用。”

- Lisak是一位介面設計師，平常都會用手機內建的APP直接拍攝，然後到後修圖軟體去調整，例如像是Camera 360、常常用PicCollage做拼圖，而最近開始喜歡用LINE的貼圖，都會用裡面內建的修圖跟直接使用，這樣很方便。是很愛拍照，但拍的照片都會自己看爽的，不會做太多分享。
- 習慣會跟網上看看食記，看裡面提供的菜單、評論等，如果覺得不錯會把它記錄下來。而官方的網站提供的資訊反而很少參考，因為商業性太高了，會想看其他能夠比較的資料。
- 曾經使用過ZTable想要來訂位，但一打開會發現平常吃的都沒有，所以很少使用。自己的習慣會用google或google Map來找吃的，裡面提供的資訊很多比較可信的沒有分錯。
- 有一個朋友找吃的方式很特別，他會打開fb去找打卡的點，通常裡面會提供熱門或是很多人去過的資訊，用這個方式去找到他的店家。
- 跟小龜一樣，通常會跟店家互動都是打電話去訂位，好像也沒其他機會會什麼事。
- 自己會做的餐單規劃，利用iPhone的黏土錄來記錄各地區的美食，平常看到就會做筆記，另外還是有吃過就會把他標記，表示自己已經吃過，但後然以讓親朋好友參考。
- 最近對於裝潢有興趣，覺得裡面的設計提供資訊方式很有趣可以參考看看。

