



拓展您的在线业务

拓展您的客户群体，打造友好的在线购物体验。



关注 "PayPal 外贸帮" 微信
即时掌握最新外贸资讯



拓展您的在线业务

现在您已成功启动了在线业务，下一步应该建立一个值得信赖且友好的网站，吸引客户来访问。

做好这些很重要：

- ◆ 建立人们对您的在线购物商铺的信任和忠诚度
- ◆ 执行搜索引擎优化
- ◆ 优化结账流程
- ◆ 通过“再营销”方式吸引客户
- ◆ 开发国际客户

除了对产品和服务的满意度，最能影响客户购物心情的一个因素是他们能否轻松找到您的产品并付款，本指南将介绍如何使用下列技巧来建立忠诚的客户群，并提高人们对您的业务及产品的认识。



您的备忘单



打造值得信赖的在线业务

打造值得信任及安全的购物环境，并提供满意度保证。



学习如何运用 SEO

让用户更快速地在网络上找到你。



优化结账流程 SEO

顺畅的结账流程会降低购物车弃购率，更容易让用户完成结账流程。



走向世界

到世界各地寻找用户，并让他们能够使用自己的货币付款。



通过“再营销”吸引客户

时刻提醒用户，他们的购物车中有待结账的物品。或者，他们喜欢的物品打折了。



打造值得信赖的在线业务

消除买家从浏览到结账过程中可能产生的疑虑



安全

我们不时会听说，即使顶尖的在线零售商和服务提供商也会发生安全漏洞的消息。因此，消费者难免会担心将个人和信用卡信息提交给在线商家。

即使您已采取措施来确保在线购物的安全性，谨慎的购物者在向购物车中添加商品之前，仍然需要看到明确的安全信号，以确定您值得信赖，您必须打消购物者从浏览到结账的整个购物过程中的疑虑。



信任

为了向客户证明您是一家值得信赖的在线商家，您可采取一些有效措施来建立信任，例如，谨慎选择网站上的措词。

您网站上的语言和外观界面会向潜在客户展示您的专业水准，请避免语法错误和拼写错误。如果客户认为您的网站的外观欠佳，那么他们可能怀疑您的安全性是不是也乏善可陈。



告诉购物者您的网站值得信赖并且是安全的

选择结账流程中的措辞需要格外谨慎，如果买家对您提供安全结账流程的能力失去信心，则会迅速放弃购物车。

要始终将“安全性”贯穿在整个结账流程中。此外，让客户“认证”邮箱地址比“重新输入”显得更友好。

虽然这些可能看起来像是无足轻重的改变，但却可以在购物者准备付款时消除其疑虑。

对您的网站 进行优化

一个值得信赖的在线购物网站会给予购物者信心，让他们感到整个购物体验（包括隐私权保护和安全性）都完美无缺。

根据 Baymard Institute 的调查结果，在所有放弃结账的案例中，消费者对网站安全处理财务信息的能力缺乏信心所占比重达到 21%¹。

1

测试您的基础设施

确保服务器可以处理流量和交易暴涨的情况。缓慢的页面加载速度不仅会令购物者感到沮丧，而且可能会打消他们返回您的网站的念头。

2

清理您的网站

无效链接或无法加载的图片会给人一种草率马虎的印象，因而不可信赖。无论是在网络世界还是在现实世界，整洁的店面都同样重要。

3

让移动用户轻松购物

使用手机或平板电脑浏览网站的人们对于快速、顺利的购物抱有很高的期待。简化的移动体验可以提高购物者对您网站的信任度。



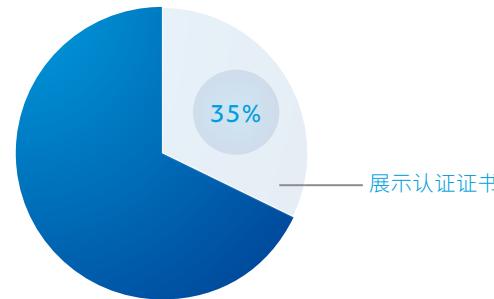
展示认证证书

展示认证证书可以激发信任，并让您的客户知道您对其隐私的重视。

展示 SSL 认证证书

如果您的网站由第三方（如 Bigcommerce 或 Yahoo!Stores）代管，那么您的购物车很可能得到高级 SSL 加密技术的保护。

某些第三方代管商可以帮助您在网站的其他部分安装 SSL 证书，然后在网页页脚中显示其 SSL 认证证书。您可以向代管服务提供商询问如何使用这些认证证书。



研究指出，展示这些认证证书可以提高客户对在线购物网站的信心，然而，只有 35% 的品牌在结账过程中显示此信息²。

别忘了充分利用右侧 3 种认证证书，不要错过任何能帮助您提高客户购物信心的机会。

3 种认证证书：

1

安全证书

如果您要收集购物者的个人数据或提供结账流程，您很可能会从向您提供 SSL 证书的公司那里收到安全证书。该证书会告诉客户，经过验证，您是他们正在访问的网域的合法所有人，并且他们的敏感个人数据将得到安全的处理。

2

隐私证书

这些证书可以证实您拥有可靠的隐私权保护规则。要获得隐私证书，您必须提出申请并缴纳费用，然后披露您如何收集客户数据，如何让消费者控制这些数据，以及您如何与信用机构等第三方公司分享这些数据。TRUSTe 是电子商务商家的最大信任验证机构之一。

3

公司证书

类似于隐私权保护证书，这些证书可以证实您是信誉良好且诚实守信的商家。您需要满足诚实守信的广告、透明的业务运营、反应迅速的客户服务等标准。

更多建立信任的方式



提供满意度保证

满意度保证可让购物者了解您愿意接受退货，您可在网络上搜索到大量此类证书，并将他放在每个页面的醒目位置（如页脚）。

退货规则链接可在多个位置显示，您也可以考虑在网站上添加一个安全页面，或者在您的结账概述或规则页面添加一个安全注释，说明您为保护购物者而采取的安全措施。



突出显示您的联系信息

对于购物者而言，没有比翻来覆去地查看网页以便寻找客户服务电子邮箱或电话号码更令人沮丧的事情了。

不要让他们四处寻找，只需在每个页面的页眉或页脚放置一个醒目的链接即可，考虑将网聊作为除电话和电子邮件以外的附加联系渠道。



讲述您的故事

如果让消费者感到线上购物网站被真实运营着，那么他们在网购时会感到放心。

在您的网站上创建一个“关于我们”或“公司历史”的页面，介绍公司的发展历程，如果能附上员工、办公室或仓库的图片更是最佳。



学习如何运用 SEO

帮助客户在网上找到您

搜索引擎已超越网站导航，成为购物者在您的网站上查找内容和产品的首选工具。

如今的购物者通过在搜索引擎中输入产品名称，然后在访问结果中的前几个链接里寻找自己需要的产品。考虑到消费者对搜索的依赖，您必须尽力确保您的产品显示在搜索结果的第一页上，这也称为搜索引擎优化（SEO）。

据在线广告网络 Chitika 称，当用户在 Google 中输入搜索词后，搜索结果中的前几个位置贡献了 33% 的 Google 流量³。

尽管您无法完全掌控您的公司和产品在搜索结果中的位置（Google 经常改变其搜索算法），但您可以控制那些可以使您在搜索结果中的排名上升或下降的因素。

1

页面内与页面外 SEO 的对比

SEO 分为两类：

页面内 SEO 包括您的在线商城内的内容，如元标签。

页面外 SEO 包括超出您的网站的策略，例如，让其他网站链接到您的公司，或者鼓励社交媒体用户讨论您的产品或者分享有关产品的信息。

这两种类型的 SEO 都将在您的电子商务营销计划中占据一席之地，但您的侧重点可能会有所不同。例如，如果您的业务是全新的，那么您应该在页面内 SEO 方面花费更多的时间，以使您的网站内容能够符合搜索引擎的要求，完成该项工作后，您便可以继续实施建立链接的计划或社交媒体计划。

2

移动友好型网站的搜索排名更高

由于很多消费者使用移动设备进行网购，因此 Google 等搜索引擎在其排名中优先考虑针对移动设备进行过优化的网站，您可以在 Google 的移动友好度测试工具中输入您的 URL 来评估您的网站的移动友好度。

创建简洁的标记和描述

标题标签

您的页面标题会出现在浏览器的顶部。它还在您的搜索列表中显示为“大标题”，因此您值得花时间来清晰地描述每个页面，包括提供关键词，告诉搜索引擎和用户该页面与什么有关。如果不编写页面标题标签，搜索引擎会从您的网站中摘取随机文字，这样一来，页面描述准确与否就不得而知了。

图片 Alt 标签

这类文字在图片无法显示时显示。搜索引擎会抓取图片 Alt 标签，并且在文件名称内寻找关键词。您不仅应该为每张图片提供简洁的描述（如“站立式冲浪板”），还需要对图片文件进行命名以便描述您的产品（不是“image725.jpg”，而应该 是“carbon-crosslink-paddle-board.jpg”）

描述标签

这段文字出现在搜索结果中页面标题的下方（但不会出现在网站本身上）。在这里，清晰、准确的文字描述同样可帮助搜索用户了解网页所提供的内容，进而决定是点击访问，还是继续搜索。

简化您的 URL

像 www.paddlebordz.com/76fkknja455.html 这样的 URL 没有告诉搜索引擎该网页与什么有关或者您的网站是如何组织信息的。此类页面名称可能降低您的搜索排名，原因是搜索引擎无法使用该名称来确定网页与搜索者查询之间的关联性。

例如：

www.paddlebordz.com/paddles/fiberglass.html

就是一个能够清楚地表明页面与网站其他部分之间关系的 URL，可以帮助搜索引擎了解该页面的重要性。



优化结账流程

提供方便购物者使用的结账流程

让在线卖家最头疼的事情之一就是客户放弃购物车中的产品。

进行一些用户体验测试

请朋友和家人体验您的结账流程，并记下他们停顿或感到失望的地方，然后，解决这些问题。

Baymard Institute 的一项研究结果表明，购物车弃购率高达 67%⁴。复杂而令人困惑的结账流程导致客户弃购，如果购物者在尝试完成购物时在结账流程卡住了，他们将进入其他在线店铺。

幸运的是，您可以采取一些便捷的方式为客户提供更加友好的结账流程，让更多的购物者转变为买家。

设身处地为客户着想

您是否真的说到做到？有些结账流程在网站设计过程中显得符合逻辑，看似必不可少，但对于客户而言却可能完全行不通。

您可以进行一些用户体验测试，无需开展费用高昂的研究，只要请朋友和家人（最好是那些不太熟悉您网站的人）购买一些产品，在他们购物时进行观察，留意他们停顿的地方，只需 5–6 名“测试者”，就可以提供有关结账问题的有效信息。



有关简化结账流程的建议

减少不必要的结账步骤

结账步骤越多，客户就越有可能放弃购物。您真的需要在结账流程中调查客户的购物偏好，或者要求他们订阅简报吗？权衡您是看重数据还是需要鼓励客户完成购物，例如，您可以请求购物者在结账确认页面上订阅您的简报。

清楚显示付款明细

要最大程度减少困惑、消除意外，请告知客户将在结账流程中看到的内容。

不要强迫购物者创建账户

允许用户以访客身份结账。首次购物者希望获得即时满足（这有助于建立忠诚度），而回头客才更有可能创建账户。

为用户提供流程图

使用流程图或带编号的步骤，为买家显示其在结账流程中所处的位置。

提供多个付款选项

Listrak 在 2014 年进行的一项研究发现，24% 的在线购物者由于零售商未提供特定的付款选项而放弃交易⁵。为客户提供多种付款选择（例如，允许他们使用信用卡、借记卡或 PayPal 付款），他们将更有可能完成整个购物过程。

立即显示发货信息

当用户在购物车中添加一件商品后，立即显示其产品描述、价格、运费和税费。



通过“再营销”吸引客户

提醒购物者返回并购买

可能您已在线浏览商品或者将商品放入了购物车，但未完成购买过程。

据再营销服务提供商 AdRoll 称，大约 2% 的消费者会在第一次访问一家网店时成功转换为用户⁶。而再营销有助于挽回已经离开您的网站的购物者，他们可能只是随意浏览，或者在别处寻找更大的优惠，也有可能是被其他任务分散了注意力。

再营销可以帮助提醒您的网站提供了不错的优惠。

在您浏览过一家商户或者商品之后，您会在访问其他网站时看到该商户 / 商品的广告。

简而言之，这就是再营销。通过这种方式，让曾经对您的业务表现出兴趣的购物者会重新关注您，提醒他们返回并购买。

随处进行在线再营销，不同类型的再营销可以不同的方式帮助您拓展业务：

1

网站再营销

这是最受欢迎的再营销方法。您的网站的访问者在访问其他网站时会看到有关您业务的广告。

2

搜索再营销

已访问过您的网站，然后在搜索引擎上搜索相关关键词的购物者会在搜索结果中看到您的广告。

3

社交媒体再营销

您网站的访问者会在其社交新闻订阅源中看到有关您业务的广告。

4

电子邮件再营销

向已浏览过您的网站或者已将产品放入购物车但并未购买的常客发送电子邮件可以帮助您促成销售。

为什么需要再营销

1

获得关注

提醒客户可以在您的在线购物网站上找到他们喜欢的产品，并且他们可以再次光临。

2

提高投资收益率

在再营销方面投入的资金往往会产生高效的业绩，因为再营销面向的人群是已经了解并喜欢您的业务的购物者。

3

最大程度地利用客户的访问数据

根据购物者访问网站的部分以及访问深度，您的再营销广告可以在销售流程中的不同位置向客户传达信息。

4

避免下列再营销错误

再营销活动可能会适得其反，也就是说，如果您未能避免下列常见错误，则会把客户赶走而不是把他们带回您的网站。

5

广告一成不变

重复的广告内容会令购物者感到厌烦，您的再营销会被无视。为了保持广告的新鲜度，请创建多个版本，配以新的宣传词和视觉效果。

6

过于频繁地显示广告

不要在客户访问的每一个网站上显示广告，这样简直就是“跟踪狂”，您可以使用频率上限来限制向每个人显示广告的次数。

7

忽略用户群体细分

对于来到您的主页并离开您网站的购物者和将产品放入购物车但并不购买的购物者而言，他们的需求是不同的，请充分利用再营销功能，按照客户浏览网站的方式对客户进行区分。



开始再营销

再营销使用网站编码和 cookie 来跟踪购物者访问了哪些页面，并且将其添加到再营销列表中，对该列表进行细分可帮助您面向搜索特定产品的客户制作具有针对性的广告。您需要与一家可以管理您的再营销活动的公司进行合作，在网上可以找到很多再营销服务提供商。





走向世界

寻找国门外的客户

得益于更方便的物流和付款选项，消费者的购物范围不再局限于所在国家或地区。

发现您的目标市场

对您当前的国际客户进行研究，搞清楚哪些国家或地区的客户已经购买了您的产品以及他们购买了哪些产品。尝试将您的商业触角延伸到这些市场，方法可能包括将类似的产品添加到您的库存中。

在线商家无需获得巨大成功即可开展盈利颇丰的国际业务。据 McKinsey 称，到 2025 年全球将有 18 亿人进入消费阶层，一年总花费高达 30 万亿美元⁷。这一数据足可以证明您需要吸引境外购物者。

看看如何开始：

以下几点可以帮助您了解市场机会。您还应该研究谁可能需要您的产品但目前并未从您这里购买，其他国家或地区是否存在对您产品的需求，但没有其他供应商能够提供？这些空白可能就是您的市场机会。





大显身手的时候到了

您的业务顺利起步是一件令人兴奋的事情，看着它获得成功则更加使人激动。既然您已经了解起步阶段之后如何发展壮大，接着您可以将这些知识付诸实践，提高您的公司形象并接触新客户。



满足全球客户的支付需求

一旦您发现了新市场，请考虑国际客户如何向您付款。

洞悉全球购物趋势

想了解谁在什么地方进行购物，以及其他全球电子商务公司正在如何发展他们的业务吗？

您可通过 [PayPal 市场观测站 \(PayPal Passport\)](#) 找到以下数据：

- ◆ 全球各地的节假日和活动期间的季节性销售高峰
- ◆ 可能会影响电子商务的文化习俗、禁忌和趋势
- ◆ 货运和物流配送
- ◆ 币种兑换和费用
- ◆ 报关手续和税费

如果跨境购物者没有看到自己习惯的付款选项或者以其币种付款的方式，他们更有可能放弃购物。

不同的国家或地区具有不同的付款习惯和偏好，例如：在荷兰，60% 的付款通过信用卡完成，而在德国，46% 的付款是通过在线银行转账完成的⁸。理想情况下，您的支付服务提供商会让客户选择此类选项，并且会以多个币种显示价格，如果您不提供以当地币种付款的方式，请显示币种兑换信息，以便客户可以明白他们支付的金额。

对启动进行规划

建议您从小做起，先通过适合国际买家的电商平台进行销售，例如 eBay 在各个国家或地区的网站，这样可以先测试产品需求情况，然后再花时间优化您自己的网站。

如果您有足够的信心在自己的网站上拓展您的国际销售能力，请在主页上列出所服务的国家或地区，并在发货页面上提供有关发货选项的详细信息。另外，您还可以考虑添加一项功能，让购物者可以更改网站的币种甚至语言。



了解更多信息

资料来源：

- 1 [Baymard Institute](#), 'eCommerce Checkout Usability' , December 2014.
- 2 [Unbounce](#), 'How To Use Conversion Optimization To Battle Shopping Basket Abandonment' , September 2013.
- 3 [Chitika](#), 'The Value of Google Result Positioning' , June 2013.
- 4 [Baymard Institute](#), 'eCommerce Checkout Usability' , December 2014.
- 5 [Listrak](#), 'Shopping Cart (not Basket) Recovery' , 2014.
- 6 [AdRoll](#), 'Retargeting ' , accessed September 2015.
- 7 [McKinsey & Company](#), 'Global flows in a digital age' , June 2014.
- 8 [Econsultancy](#), 'Seven tips for global e-commerce' , March 2012.

只要您能保持客户满意度与良好互动，您无需一次性采取所有步骤来吸引更多新客户，只需执行其中的一个或两个步骤，即可帮助您成为一名成功的营销人员。



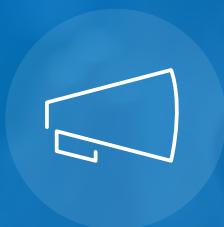
© 2016 PayPal, Inc. 保留所有权利。PayPal 和 PayPal 标识是 PayPal, Inc. 的注册商标。所有商标与品牌均为其各自所有者的财产。

想知道更多 PayPal 产品信息及跨境电商市场洞察？



" PayPal 外贸帮 " 微信

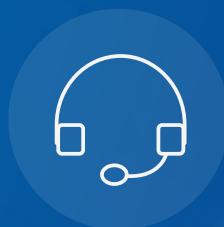
扫描二维码，关注 " PayPal 外贸帮 " 微信，即时获取跨境电商知识与经验分享，享受 PayPal 深度服务。



PayPal 外贸一站通

透过一系列免费电子书和信息图表，分享管理和发展跨境电商业务的专业建议，每月定期更新，助您扬帆海外，乘风破浪。

www.paypal.com/c2/information-hub



PayPal 商业顾问

您是否想了解如何使用 PayPal 轻松收款，从而帮助您实现在线业务增长？请至 www.paypal.com/c2/contact-us 留下您的联系信息，我们的商业顾问将尽快与您联系。

请注意：

- ◆ 本文中的信息由 PayPal 编写，仅供参考和营销之用，这些信息不构成任何形式的法律、财务、商业或投资建议，并且不能代替合格的专业意见。
- ◆ 在寻求适当的专业意见之前，您不应该依据本文中包含的任何内容采取或不采取行动，本文的内容包含一般性信息，可能无法反映当前的发展或者解决您的实际问题，对于您根据本文的任何内容采取或无法采取的任何行动，PayPal 不承担任何责任。
- ◆ 虽然本文中的信息是从我们确信可靠的来源收集的，但我们对其准确性不作任何陈述，所提供的链接和其他工具仅供参考，PayPal 对其内容概不负责。本文不为任何形式的第三方产品和第三方服务提供担保或推荐。