



# 拓展網上業務

營造更暢順的網上購物體驗



# 目錄

拓展你的電子商務業務.....	3	透過再行銷吸引客戶.....	18
速查表.....	4	提醒買家回訪和完成購物.....	19
提升客戶對你網上業務的信任.....	5	在網上所有平台進行再行銷.....	20
引領買家由瀏覽走向結帳.....	6	再行銷的好處.....	21
讓你的網站更上一層樓.....	7	開始再行銷.....	22
展示信用憑證.....	8	拓展全球業務.....	23
更多建立信任的方法.....	9	跨境發掘客源.....	24
學懂搜尋引擎優化 (SEO).....	10	滿足全球客戶的付款需要.....	25
協助客戶在網上找到你.....	11	PayPal PassPort 透視全球購物趨勢.....	26
頁內與頁外搜尋引擎優化 (SEO).....	12	是時候更上一層樓.....	27
建立簡潔的標籤和說明.....	13	進一步了解.....	28
簡化你的網址.....	14		
優化結帳流程.....	15		
讓結帳流程更方便.....	16		
簡化結帳流程的建議.....	17		

# 拓展你的電子商務業務

現在，你已成功開展電子商務業務，是時候讓網站變得更可靠易用，吸引客戶前往你的網上虛擬商店。除了對產品和服務的滿意度外，能否輕易搜尋產品和完成付款是最影響客戶滿意度的因素。

本指南會說明如何運用下列技術建立忠實客戶群，並且提高業務及旗下產品的知名度：

- ◆ 提升客戶對你網上業務的信任和忠誠度
- ◆ 採用搜尋引擎優化技術
- ◆ 優化結帳流程
- ◆ 透過再行銷吸引客戶
- ◆ 接觸世界各地的客戶



# 速查表

1

提升客戶對你網上業務的信任

展示信用和安全憑證，並且建立滿意度保證。

2

學懂搜尋引擎優化 (SEO)

這有助搜尋引擎將你的網站內容配對用戶的搜尋查詢。

3

優化結帳流程

客戶更可能完成購物，而不會中途放棄購物車。

4

透過再行銷吸引客戶

提醒他們的購物車有物品，或其喜愛的產品現正特價發售。

5

拓展全球業務

發掘海外客源，並讓客戶以其當地貨幣付款。





A middle-aged man with grey hair, wearing a plaid shirt, is talking on a mobile phone. He is in a workshop or garage, with a bicycle on a stand and shelves with tools in the background.

提升客戶對你網上業務的信任



# 引領買家由瀏覽走向結帳

多個著名網上零售商及服務供應商接連出現安全漏洞，難怪消費者對於向網上企業提供個人和卡資料感到疑慮。即使你已採取各種措施確保電子商務業務的安全，謹慎的買家還是要看到清晰的標記才會信賴你，繼而將商品放進購物車。你必須消除買家在整個購物過程（由瀏覽至結帳）的憂慮。

採取實際措施建立信任，以向消費者展示你的公司信譽良好，大可放心購物。舉例來說，你應小心選擇用字。潛在客戶會根據網站的表達方式和外觀評估你的專業程度。仔細檢查文法和拼寫錯誤。如果網站的表達方式欠佳，可能會令客戶質疑網站保安是否完善。

讓買家知道你的公司既可靠又安全

為結帳流程選擇用字時要格外小心；若買家對結帳流程的安全性失去信心，很快便會放棄購物車。將結帳流程稱為「安全結帳」。另外，要求買家「驗證」而非「再次輸入」電郵地址。雖然這些改動看似微不足道，但有助釋除買家在準備付款購買時浮現的疑慮。





# 讓你的網站更上一層樓

可靠的電子商務網站可以給予買家信心，相信整個用戶體驗均會輕鬆流暢，就連私隱及保安方面也大可安心無憂。

Baymard Institute 的研究顯示所有放棄結帳的消費者中，

# 18%

是源於對網站處理信用卡資料的能力缺乏信心。<sup>1</sup>

- ✦ 測試你的基本網站系統。進行負載測試，確保伺服器能應付流量和交易量的高峰。網頁載入時間太長不但會令買家感到不悅，也可能會令其打消回訪網站的念頭。
- ✦ 清理你的網站。未能成功載入的無效連結或圖片，顯得網站馬虎草率，繼而令人覺得不可信。無論在網上還是現實世界，井井有條的店面都同樣重要。
- ✦ 讓流動用戶也可輕鬆購物。使用手機或平板電腦瀏覽網站的用戶，往往熱切期望購物體驗快捷順利。流暢的流動體驗可提升買家對你網站可靠度的評價。（如要了解更多有關流動優化的詳情，請參閱 PayPal 的《如何開展你的網上業務》電子指南。）

<sup>1</sup>Baymard Institute, 「37 項購物車放棄率統計資料」, 2016 年。



# 展示信用憑證

信用憑證可讓客戶知道向你提供的個人及財務資料會受到保障。展示這些憑證有助提升客戶對電子商務網站的信心。把握機會利用以下 3 種憑證提升客戶對你業務的信心：

**安全憑證：**若你有收集買家的個人資料並使用結帳解決方案，就應該會收到由提供 SSL 證書的公司所發出的安全憑證。此憑證可讓客戶知道你已通過驗證，是所瀏覽的網絡網域的合法擁有者。

**私隱憑證：**這類憑證可證明你擁有完整的私隱政策。要獲得私隱憑證，你必須提交申請和支付憑證費用，然後披露你如何收集客戶資料、如何讓消費者控制有關資料，以及如何與第三方公司（例如信用資料機構）分享有關資料。

**業務憑證：**就如私隱憑證一樣，業務憑證可確認你的東主身分，而且公司信譽良好。你必須在各方面達到標準，包括放送誠實無欺的廣告、採用透明的營商手法，並且提供反應迅速的客戶服務。[Better Business Bureau](#) 是知名的企業標章供應商。

## 顯示 SSL 安全憑證

如果你的網站由第三方（例如 Bigcommerce）代管，你的購物車便很可能受高級 SSL 加密技術保護。部分第三方代管服務供應商可協助你在網站其他部分安裝 SSL 憑證，然後在網頁頁尾顯示其 SSL 憑證。有關使用此類憑證的方法，請向代管服務供應商查詢。







## 更多建立信任的方法

**向客戶保證滿意：**此類保證可讓買家知道你樂意接受退貨，使其倍感安心。你無需建立昂貴的憑證，網上的選擇可謂多不勝數。建議你在每個網頁上買家會留意的位置（例如頁尾）顯示保證資料，並在多個位置顯示退貨政策連結。你可考慮在網站加入「安全資訊」網頁，或在結帳概覽或政策網頁加入「安全資訊」部分，說明你為保障買家而採取的安全措施。

**顯示你的聯絡資料：**對於買家，最麻煩的就是找遍網頁以尋找支援電郵地址或電話號碼。建議你將連結置於每頁頁首或頁尾的當眼位置，讓買家無需到處尋找。除了電話和電郵地址外，你也可以考慮採用網絡聊天工具作為額外的聯絡渠道。

**分享你的故事：**當買家知道公司由真人營運，在網上購物時便會倍感安心。你不妨為網站建立「關於我們」或「公司歷史」部分，說明公司的發展歷程。可能的話，更可加入員工、辦公室及倉庫的相片。



# 學懂搜尋引擎優化 (SEO)





# 協助客戶在網上找到你

## 確保產品在搜尋結果首頁曝光

搜尋已超越網站導覽，成為協助買家尋找你網站上的內容及產品的主要工具。現今的買家會在搜尋引擎輸入產品名稱，然後點按瀏覽搜尋結果中排名最高的數條連結，藉以尋找所需。

隨著消費者逐漸依賴搜尋引擎，你必須盡力確保產品能在搜尋結果中名列前茅，這就是搜尋引擎優化或 SEO。

雖然你無法全面控制公司和產品在搜尋結果中的顯示位置（Google 會不時調整其搜尋演算法），但你可以控制網站上決定搜尋結果排名的元素。







# 頁內與頁外搜尋引擎優化 (SEO)

SEO 措施可分為兩個類別。頁內 SEO 涵蓋你網上店面的內容，例如中繼標籤 (metatags)。頁外 SEO 則涵蓋你網站以外的策略，例如在其他網站提供你公司網站的連結，或者吸引社交媒體用戶討論或分享你產品的資料。兩種 SEO 措施對你的電子商務市場推廣計劃各有價值，但兩者對你的重要程度未必相同。舉例來說，如果你的公司剛剛起步，建議你投放多點時間在頁內 SEO 上，讓網站內容達到搜尋引擎要求的標準。

適合流動裝置瀏覽的網站在搜尋結果中獲得較高排名。

現今很多消費者都會使用流動裝置上網購物，因此支援流動裝置瀏覽的網站在 Google 等搜尋引擎上往往會獲得較高排名。你可以在「[Google 流動裝置合適度測試](#)」工具中輸入網址，評估網站適合流動裝置瀏覽的程度。然後根據 PayPal 《[如何開展你的網上業務](#)》電子指南，確保你的網站適合使用流動裝置的買家瀏覽，並且通過常見的流動可用性測試。

完成後，你可以繼續建立連結或進行社交媒體計劃。




# 建立簡潔的標籤和說明

**標題標籤 (Title tags)**：標題標籤文字會顯示在網頁瀏覽器的上方，也會在搜尋結果中以標題形式顯示，因此建議你花點時間為每頁撰寫清晰的說明，加入可讓搜尋引擎及用戶知悉網頁內容的關鍵字。如果你沒有提供標題標籤，搜尋引擎便會從你的網站隨機擷取文字，在此情況下，網頁說明的準確度難以得到保證。

**中繼說明 (Meta descriptions)**：這段文字會顯示在搜尋結果的標題標籤下方（而非網站本身）。同樣地，清晰和準確的文字有助搜尋用戶了解網頁內容，決定要點擊還是轉到其他地方。

**圖片替代標籤 (Image alt tags)**：當圖片無法使用時，這些文字就會顯示。搜尋引擎會檢索圖片替代標籤，並在檔案名稱中尋找關鍵字。除了為每張圖片撰寫簡潔的說明外（例如「Tower 直立板」），你還需要為圖片檔案選用能描述產品的名稱（例如「carbon-crosslink-paddle-board.jpg」而非「image725.jpg」）。

**Title tag** **About Us | 100% Delicious, 100% Giving - PB Amencano** 

**Meta description** **Order Online - 100% of the proceeds from our Dark Chocolate peanut butter go directly to our Fund For The Americas initiative in support of relief work across**







## 簡化你的網址

[www.paddlebordz.com/76fkknnja455.html](http://www.paddlebordz.com/76fkknnja455.html) 這類網址無法讓搜尋引擎知悉網頁內容或網站整理資料的方法。搜尋引擎無法利用這類網頁名稱確定網頁與搜尋查詢的相關性，因此可能會影響你在搜尋結果上的排名。清楚顯示網頁與網站其他部分的關係的網址（例如 [www.paddlebordz.com/paddles/fiberglass.html](http://www.paddlebordz.com/paddles/fiberglass.html)）可以幫助搜尋引擎了解網頁的重要性。





## 優化結帳流程







## 讓結帳流程更方便

半途放棄購物車是讓網上賣家最傷腦筋的問題之一。這個問題十分常見：Baymard Institute 的研究發現，購物車放棄率高達 69%。<sup>2</sup> 複雜和混亂的結帳流程會促使買家放棄購物，換言之，如果買家在結帳過程中遇到問題而無法完成購物，便會離開並轉到其他網上商店。

幸好，現在有多個簡易優化結帳流程的方法，將更多瀏覽買家變成實際買家。

**站在客戶的角度思考：**你有否採取實際行動，而非只是空口說白話？在網頁設計過程中看似合乎邏輯和必要的結帳流程，對客戶而言可能是一道無法通過的障礙。建議你進行使用者體驗測試。你無需花費大筆金錢委託機構進行研究，可考慮請朋友和家人（最好對你的網站不太熟悉）購買一些產品。觀察其購物過程，留意他們感到猶豫的地方。只需要 5 至 6 位「測試者」，便可以獲得有關結帳問題的大量實用資料。



<sup>2</sup> Baymard Institute, 「37 項購物車放棄率統計資料」, 2016 年。

# 簡化結帳流程的建議

**減省不必要的結帳步驟：**結帳步驟越多，客戶中途放棄購物車的機會就越大。你真的有需要在結帳過程中調查客戶的購物喜好，或者要求他們登記電子通訊嗎？衡量你對資料的渴求與鼓勵用戶完成購物的需要。舉例來說，在結帳確認頁面要求買家登記電子通訊。

**別強迫買家建立帳戶：**允許用戶以訪客身分結帳。首次購物的用戶都希望即時得到滿足感，這正是建立忠誠度的要素，而回訪的買家更有可能會建立帳戶。

**提供多種付款選項：**為客戶提供多種付款選項（例如讓他們以扣帳卡、信用卡或 PayPal 付款），這樣他們更有可能完成購物。舉例來說，在信用卡和扣帳卡以外提供 PayPal 作為付款選項，可以吸引更多新買家，而這些買家的消費往往比使用信用卡的用戶高。<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Nielsen 的「網上買家數據分析」報告評估 PayPal 整合前 / 後 52 星期的網上和流動購物行為，以計算使用 PayPal 完成購物的新客戶淨人數升幅。提供 PayPal 可以額外吸引更多達 5.7% 的新買家，而這些買家的消費比使用信用卡的用戶高出最多 2.7%。一組 15 個中小型商家的加權平均結果；結果以約 3,900 萬戶 Zip11 的美國家庭之實際交易為基礎。調查於 2016 年 1 月完成。

**客戶掌握資料的程度與滿意度具有正面關係**

建議你向客戶說明結帳流程，以減少客戶的疑慮和避免他們感到意外。

**向客戶顯示路線圖：**利用流程圖或編有數字的步驟，讓買家知道自己處於結帳流程的哪個階段。

**直接顯示運送資料：**當客戶將產品放進購物車時，隨即顯示產品說明、價格、運費及稅項。





A woman with blonde hair and glasses is smiling while talking on a mobile phone. She is sitting at a desk with an open book in front of her, holding a pen. The background is a bright, modern office or retail space with other people and clothing racks visible.

透過再行銷吸引客戶

# 提醒買家回訪和完成購物

或許你也曾上網瀏覽產品，或將產品放進購物車但沒有完成購物。然後，你很可能在當天稍後瀏覽的網站上看到該供應商的廣告，甚或曾瀏覽的特定產品。

簡單來說，這就是再行銷功能（又稱再定向），讓你再次吸引曾顯示對你公司感興趣的買家注意，提醒他們回訪和完成購物。

再行銷有助吸引離開了網站的買家回訪，他們也許只是隨便閒逛、轉到其他地方尋找更超值的優惠，或是被其他事情分散注意力。再行銷廣告系列可以提醒他們你的網站也有各種精彩優惠。

# 在網上所有平台進行再行銷

不同類型的再行銷可透過不同方式幫助你的業務：

1

## 網站再行銷

這是最熱門的再行銷方法。你網站的訪客會在瀏覽其他網站時看到你公司的廣告。

2

## 搜尋再行銷

曾瀏覽你網站的買家在搜尋引擎中搜尋相關關鍵字時，會在搜尋結果中看到你的廣告。

3

## 社交媒體再行銷

你的網站訪客會在其社交網絡動態消息中看到你公司的廣告。

4

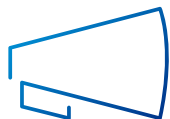
## 電郵再行銷

向曾瀏覽你的網站或將產品放進購物車而沒有完成購買的一般客戶傳送電郵，從而助你促成銷售。





# 再行銷的好處



## 提升思考影響力

提醒客戶他們可在你的電子商店尋找喜愛的產品，並歡迎他們再次光臨。



## 事半功倍

再行銷可讓你鎖定早已認識和喜歡你公司的客戶，因此往往可以獲得理想的成果。



## 增加客戶接觸點

再行銷廣告可以根據買家瀏覽你網站的部分內容和深入程度，接觸處於銷售過程不同階段的客戶。

**避免這些再行銷錯誤。**你應避免以下常見錯失，以免再行銷廣告系列出現反效果：



## 顯示相同的舊廣告

建議你製作多個廣告版本，各自使用新的標語和視覺元素，務求保持廣告的新鮮感。



## 廣告顯示次數過於頻繁

不要在客戶瀏覽的每一個網站均放送廣告。建議你使用展示頻率上限，限制廣告向每個客戶顯示的次數。



## 忽略劃分步驟

連到首頁後離開網站的買家，與將產品放進購物車但沒有購買的買家，兩者的需求並不相同。建議你運用再行銷，按瀏覽網站模式劃分客戶。

節錄自「[10 種失敗的再行銷方式](#)」，《福布斯》，2014 年 7 月 18 日。

## 開始再行銷

再行銷會利用網站編碼和 Cookie 追蹤買家瀏覽的網頁，然後將這些網頁加入你的再行銷名單。劃分再行銷名單可助你製作的廣告鎖定搜尋特定產品的客戶。你需要與可協助管理再行銷廣告系列的公司合作，網上有很多再行銷公司建議可供參考。



# 拓展全球業務







# 跨境發掘客源

全賴更簡單的運送及付款選項，消費者現在可以跨越國界盡情購物。網上商家即使寂寂無名，也能成為利潤豐厚的國際企業。Internet Retailer 的研究顯示，2015 年全球網上零售消費額達到 \$1.74 兆美元<sup>4</sup>，因此是吸引海外買家的重大誘因。以下說明如何著手。

## 找出你的目標市場

深入研究你現有的海外客戶，了解他們來自何處及購買哪些商品。你不妨嘗試開拓這些市場，例如在存貨中加入類似的產品。善用政府機關提供的研究工具，如 [U.S. Small Business Administration](#)（美國小型企業管理）和 [Export.gov](#)，協助尋找市場商機。

你亦應研究哪些客戶可能想要你的產品，但目前沒有向你購買。你的產品在其他國家或地區是否有需求，而當地的供應商卻寥寥可數？這些缺口也許可以為你創造市場商機。

<sup>4</sup> Internet Retailer, 「全球 1000 強: 重塑全球電子零售業」, 2016 年 8 月。





### 滿足全球客戶的付款需要

當你找到新市場後，便應考慮如何讓世界各地的客戶付款給你。如果客戶找不到熟悉的付款選項或無法以其當地貨幣付款，就較可能中途放棄購物。

各地的付款習慣和喜好均有所差異。舉例來說，英國有 35% 電子商務買家會使用扣帳卡，美國買家則主要使用信用卡。<sup>5</sup>



### 悉心策劃如何首推產品及服務

你不妨小試牛刀，透過以跨國買家為對象的網上市集（例如 eBay 在特定國家或地區提供的網站）售賣產品，了解產品的需求後，再來改進自己的網站。

如果你有信心在自己的網站上展現跨國銷售能力，可以在首頁列出服務覆蓋的國家或地區，並在運送網頁上提供運送選項的詳情。不妨考慮加入讓買家更改網站貨幣甚至語言的功能。

<sup>5</sup> Entrepreneur, 「跨國付款喜好指南」, 2015 年 4 月。



# PayPal PassPort

## 透視全球購物趨勢

想知道買家的身分和所在地，以及全球其他電子商務公司如何拓展業務嗎？

[PayPal PassPort](#) 網站為你提供以下資料：

- ◆ 全球各地節日和活動前後的季節性銷售
- ◆ 可影響電子商務的文化習俗、禁忌和趨勢
- ◆ 運貨和配送物流
- ◆ 貨幣匯率和費用
- ◆ 通關流程和關稅

網站還會分享一些成功開拓國外市場的網上企業的故事。

瀏覽 [PayPal PassPort](#) 網站。



# 是時候更上一層樓

業務開始起步便教人興奮，見證公司邁向成功更是令人振奮。現在，你已了解在首推階段後如何繼續向前，不妨將這些建議付諸實行，在提高公司曝光率的同時接觸新客戶。

準備好提高公司的曝光率，並鞏固與客戶的關係了嗎？你可參閱「[推廣網上業務的歷程](#)」，查看更多制訂銷售和市場推廣策略的建議。

詳情請瀏覽 [paypal.com/hk/business](https://paypal.com/hk/business)。

如要了解 PayPal 可如何助你拓展業務，  
請在 PayPal 網站任何一頁頁面下方按  
[「說明及聯絡我們」](#)與 PayPal 客戶支援聯絡。  
或瀏覽 [paypal.com/hk/business](https://www.paypal.com/hk/business)。

## 請注意：

本文資訊經由 PayPal 整理發佈，僅供參考，並只作市場推廣用途，並不構成任何形式的法律、金融、企業或投資建議，亦不可取代合資格的專業意見。

如未適當地尋求專業意見，請勿據本文任何內容而決定採取或不採取任何行動。本文內容包含籠統的資訊，或未有反映當前趨勢，亦可能不符合你目前的業務情況。如你因本文任何內容而採取或不採取任何行動，PayPal 不會就此承擔任何法律責任。

雖然本文資訊是來自 PayPal 確信可靠的來源，唯 PayPal 並不對資料準確性作出任何保證。所提供的連結與其他工具僅作參考用途，PayPal 對其內容概不負責。本文並不構成對任何第三方產品或任何形式的第三方服務作出認可保證或推薦。