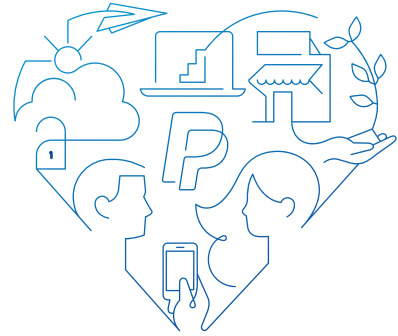


由網上體驗著手， 提高銷售成功率



與電子商務市場同步增長，分一杯羹。

網上銷售在全球各地日益盛行，與此同時，忙碌的消費者希望享有流暢的購物體驗，確保能夠簡易且安全地完成交易。你可透過建立完善的客戶體驗，令業務突圍而出，以在網上創出佳績。



為何優質的網上客戶體驗至關重要？

全球網購正日益普及，然而，完成交易的關鍵在於購物流程的便利程度，以及消費者對網站的信任度：

17%

每年電子商務
增長率¹

73%

消費者使用流動裝置
購物或付款²

70%

網上交易放棄率³

80%

因未如理想的體驗
而放棄網站⁴

優化結帳體驗，提升銷售表現。

讓客戶輕鬆且安心地付款，過程中不受干擾。

①

在每個產品頁面上展示 PayPal Checkout 按鈕，

協助客戶迅速結帳，提高銷售成功率。當客戶在較陌生的網站上購物時，如果網站接受 PayPal 付款，六成客戶的購買意願會有所提高。⁵

②

簡化結帳流程

以降低購物車放棄率。在每個購物頁面、迷你彈出式購物車視窗、產品詳情和付款方式頁面上啟用 PayPal Checkout 功能。

③

為手機用戶優化網站，

讓他們無需在細小的螢幕上鍵入詳細個人資料。PayPal 就提供了快捷簡易的手機結帳方式。

其他優化客戶體驗的方法。

付款方式的展示和優化結帳體驗固然相當關鍵，但除此之外，以下優化方法亦可提高客戶對你的信心。

修正基礎錯誤 – 檢查網站上是否存在無效的連結或缺少圖片，並且修正錯別字和文法錯誤。

提供完整的產品描述 – 讓消費者知道一切關鍵資訊，包括規格、功能、尺寸等。

展示有助提升信任的標誌 – 展示安全性徽章、專業團體的會員資格、第三方的認可標誌和客戶評價，以提高客戶的信心。

展示不同的貨幣 – 消費者若能使用本地貨幣購物，他們的購買意願會明顯增加。⁶

如何更有效管理網上訂單？

從訂單、運送和客戶查詢的管理方面入手，建立回頭客。



準確的送貨時間。

別過度承諾，國際運送需時應預計為 20 日內。



清晰的退貨流程。

建立清晰的「無條件」退貨或退款政策，減少糾紛事件。



使用可靠的運送服務。

確保運送服務供應商合乎標準，審視其規模、經驗和現有客戶。



迅速處理投訴。

迅速回應，同時保持客氣有禮，降低發生撤銷付款和糾紛的機會。



使用追蹤 ID。

分享予你的客戶，方便他們追蹤運送進度。



讓客戶能輕易聯絡你。

使用電郵、電話、網上對話、社交媒體和自動回覆。

「PayPal 開創了全新局面，為客戶提供安全的網上付款方式，消除他們的顧慮。我們建議客戶使用 PayPal 購買高價商品，這令他們能夠安心便捷地盡情購物。」

– LastPrice 行政總裁 Hemo

¹ PayPal 委託進行 Ipsos 2018 年 MORI PayPal Insights 調查，對象為 31 個市場的 34,000 名受訪者。在 2018 年 3 月至 5 月期間，針對成年人 (18 歲或以上) 進行的網上問卷調查。

² PayPal (2019 年第 3 季)，PayPal 委託並由 Ipsos 進行的 Mobile Commerce Research (流動商務研究)，對 11 個市場 (英國、法國、德國、意大利、西班牙、澳洲、印度、日本、美國、墨西哥、巴西) 約 22,000 名消費者和 4,602 個商界團體進行調查，以探討消費者網上購物的方式。

³ Baymard Institute (2020 年)，Online shopping cart abandonment rate worldwide from 2006 to 2019 (2006 年至 2019 年全球網上購物車放棄率) [圖表]。從 <https://www.statista.com/statistics/477804/online-shopping-cartabandonment-rate-worldwide/> 和 <https://baymard.com/lists/cart-abandonment-rate> 取得 2020 年 12 月的數據。

⁴ HubSpot (於 2020 年更新)，The Hard Truth About Acquisition Costs (and How Your Customers Can Save You) (關於客戶取得成本的殘酷真相 (以及現有客戶能夠如何助你一把))，<https://blog.hubspot.com/service/customer-acquisition-study>

⁵ PayPal (2018 年)。2018 年 11 月，由 PayPal 委託並由 Logica Research 進行的網上研究訪問了 2,000 名消費者，其中半數為 PayPal 財務服務用戶，其餘半數為非 PayPal 財務服務用戶。

⁶ PayPal (2019 年)。PayPal 委託進行 Ipsos 2019 年 MORI PayPal Insights 調查，對象為 31 個市場的 34,000 名受訪者。在 2018 年 3 月至 5 月期間，針對成年人 (18 歲或以上) 進行的網上問卷調查。