

Look Sharp, Look Deep

赋予成功未来



Professional Partner for Your Website Success

WebNibbler 在电信网站之应用范例

By CCMedia

Don't scratch the surface, scratch deep

Blindfolded? / In the dark? / Lost?

Try WebNibbler

用WebNibbler检视电信业者在网站上推行红利积点制度的成效

能够找到对红利积点回馈活动最有效的网络宣传方式

能够得知红利积点回馈制度吸引到哪些人上网参与

能够了解这些人对红利积点回馈制度的关心程度

能够找出对消费者最有吸引力的红利积点回馈方式

能够找到让会员方便使用红利积点的在线模式

运用WebNibbler检视电信业者在网站上推行红利积点制度的成效

近年来随着信息、技术的蓬勃发展竞争日益激烈，加上所提供之产品或服务的差异性小，若要在市场上占有一席之地，建立持久的竞争优势，除了开拓新顾客外，与旧有顾客维持长久的关系，便成为业者努力的目标。「顾客忠诚度的经营」除了对企业的财务绩效具有正面的影响外，更会使顾客消费其它产品或服务的转换成本增加，故可留住消费者并刺激其对产品服务的消费，以建立长期的顾客关系。

无论在实体通路或网站上，「红利积点回馈制度」皆是最常被使用的经营顾客忠诚度方法之一。对于拥有一定会员基础的企业而言，除了希望能藉由红利积点制度，提供特殊的利益或诱因，引导顾客在实体通路上产生多次购买行为，进而培养与凝聚稳定之消费群，以建立长期的顾客忠诚度之外，更可以将红利积点制度透过网站平台让消费者产生使用点数之行为，间接转变为帮网站创造二次利润的获利模式。

然而，在网站上实施红利积点制度，是否等同于拥有高的客户满意度与忠诚度，则需有赖于一套能够有效检视出会员在网站上使用红利积点参与度的营销工具，帮助经营者找出网站上最佳的红利积点回馈模式。

能够找到对红利积点回馈活动最有效的网络宣传方式

当电信业者准备好开始要让消费者知道「有一种新的红利积点回馈制度即将推出」这件事，除了购买平面媒体、影音媒体、户外媒体等广告，在网络方面的宣传也是不可或缺的。若是业者决定采用电子报(e-mail)、横幅广告(banner)、关键词搜寻服务、或是在其它网站合作宣传这个红利积点回馈活动来吸引访客造访，如果能够有一套**营销活动分析 (Marketing Analysis)** 的分析工具可帮助业者了解哪一种网络广告营销工具可以带来多少人潮、带来的效益有多大？以后在营销预算的花费上便能获得最佳的配置，减少资源的浪费。

<p>营销广告面 AD</p>	<p>透过 WebNibbler 从电子报、营销活动、及其它广告曝光进行成效追踪分析，可为客户带来以下的效益...</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 得知最能为网站带来人潮的营销活动模式。 <input checked="" type="checkbox"/> 找到最适合您的网站之营销宣传管道。 <input checked="" type="checkbox"/> 协助您制定最佳化的营销广告策略。
------------------------	--

能够得知红利积点回馈制度吸引到哪些人上网参与

网站是推动与执行红利积点回馈制度的重要媒介与平台，电信业者将红利积点活动的内容放在网站上，也设计了能让顾客使用点数的服务接口，并透过各种营销广告宣传这项回馈方案，下一步电信业者需要关注的焦点是有哪些人受到吸引而来。受到吸引的人可以概分成三种层级：「访客」、「会员」、「顾客」。以红利积点制度举例来说，所有到达网站的流量皆称为「访客」，访客又可依照造访程度分成「首次造访者」、「再次造访者」及「登入

用WebNibbler检视电信业者在网站上推行红利积点制度的成效

能够找到对红利积点回馈活动最有效的网络宣传方式

能够得知红利积点回馈制度吸引到哪些人上网参与

能够了解这些人对红利积点回馈制度的关心程度

能够找出对消费者最有吸引力的红利积点回馈方式

能够找到让会员方便使用红利积点的在线模式

造访」三种行为模式，其中的「登入造访者」以留下个人资料作为资格依据，因此向上提升一个层次变成「会员」。若是已使用点数兑换服务的「会员」则又再向上提升一个层次为「顾客」。

无论是「访客」、「会员」还是「顾客」，只要当这三种层级的网友受到红利积点活动的吸引进入电信业者的网站，他们接下来的造访行为若是能透过**网站基础统计分析(Summary Analysis)**、**造访习性分析(Visit Analysis)**、**访客动态分析(Visitor Analysis)**进行探讨研究，则可能发掘出非常宝贵的商机或危机。

访客造访面 Visitor	透过 WebNibbler 从流量、访客动态、访客造访行为进行探讨研究，可为您带来以下的效益... <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 了解访客的来源与造访习性。 <input checked="" type="checkbox"/> 藉此得知访客组成结构及其是否具有价值。 <input checked="" type="checkbox"/> 并推估出访客偏好与网站间的黏度关系。
会员经营面 Member	透过 WebNibbler 从会员造访行为、可取得的会员基本资料进行探讨研究，可为您带来以下的效益... <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 找出从访客变成会员的转换比率。 <input checked="" type="checkbox"/> 了解会员组成结构及来源，与其浏览的兴趣偏好。 <input checked="" type="checkbox"/> 得知会员新增与流失的比例，对网站产生的影响。
顾客分析面 Customer	透过 WebNibbler 从顾客造访行为、可取得的顾客交易记录进行探讨研究，可为您带来以下的效益... <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 找出从会员变成顾客的转换比率。 <input checked="" type="checkbox"/> 了解顾客组成结构及来源，与其浏览的兴趣偏好。 <input checked="" type="checkbox"/> 得知顾客新增与流失的比例，对网站产生的影响。

能够了解这些人对红利积点回馈制度的关心程度

使用 WebNibbler 网站基础统计分析(Summary Analysis)得到的统计数据，可帮助电信业者轻松掌握网站每日的访客人数比率、造访率、浏览网页数...等经营概况，是事半功倍、不可或缺的一项分析工具。让业者能在短时间内了解网站在某段期间内浏览页数、浏览人数...等基本经营全貌。这些数字也是网站经营上最关心的几项重要指标。

WebNibbler 特别具备可以依照不同的设定条件来进行客群比较、筛选分析的功能选单(如下图红色框线所示)，可帮助网站经营者认清访客的特征后，再来区隔不同族群的浏览行为习性及偏好，了解主要目标客群特征与实际访客之间的差异，也可能从中发现第二目标客群的存在。

有了能够依照不同的设定条件来进行客群比较、筛选分析的功能选单，进一步使用 WebNibbler 造访习性分析(Visit Analysis)、及访客动态分析(Visitor Analysis)可能了解这些人对红利积点回馈制度的关心程度。

用WebNibbler检视电信业者在网站上推行红利积点制度的成效

能够找到对红利积点回馈活动最有效的网络宣传方式

能够得知红利积点回馈制度吸引到哪些人上网参与

能够了解这些人对红利积点回馈制度的关心程度

能够找出对消费者最有吸引力的红利积点回馈方式

能够找到让会员方便使用红利积点的在线模式

能够找出对消费者最有吸引力的红利积点回馈方式

电信业者以推出红利积点回馈制度来维持顾客忠诚度，是一种极佳的营销策略。一旦决定实施这项活动，则规划重心将放在如何设计出「便利的活动参与方式」与「令人心动的回馈诱因」这二项。由于消费者的偏好与行动实在不易掌握，就算做到事前缜密的规划与事后确实执行，能够先把消费者顺利吸引至网站上，他们也不见得会来参与红利积点回馈活动。这种困扰相信每一位网络营销人员都经历过，此时如果能够有一套追踪网友浏览偏好的分析工具，可帮助业者主动了解网友对于哪一种诱因真正感兴趣，以及若活动在网络上执行成效不佳的真正原因，就能够让业者及时修正活动内容，避免营销成本的浪费，使活动效益极大化。

<p>诱因提供面 Inducement Offering</p>	<p>透过 WebNibbler 从访客使用网页内容的行为程度进行分析，可为您带来以下的效益...</p> <p>找出各单元网页(诱因)受欢迎的程度。</p> <p>了解网站内容配置与是否被有效使用。</p> <p>得知特定营销的内容是否能引发网友浏览的兴趣。</p>
--	--

愈能找出消费者想要的诱因，并且放大诱因内容，愈容易落实红利积点回馈制度。以远传电信为例，共推出电话兑换、门市兑换、网络兑换三种兑换方式，及「折抵账单金额」、「免费兑换商品」、「点数抵现金」、「换购商品」这四种回馈类型，在此我们先暂不考虑消费者要付出的代价高低对活动成效的影响，而是探讨究竟消费者对哪一种回馈类型最感兴趣？只要使用 WebNibbler 网站使用状态分析(Usage Analysis)追踪消费者对这四种回馈内容网页的浏览深入程度，便可看出不少端倪。

若是业者自认红利积点制度规划得很好，但为何看来不受欢迎(活动网页浏览人数过少)，也许只是因为它在网站上被曝光的位置不佳、或是被埋在某些单元中不易被网友找到，也可试着安排增加其它的曝光方式，来有效增加其使用率，假使能再加上使用 WebNibbler 的访客浏览动线分析(Navigation Analysis)查明原因则更好。

<p>▲ WebNibbler 提供的网站使用状态分析(Usage Analysis)</p> <p>包括： 1. 网页分析 2. 热门项目分析 3. 虚拟网站架构分析</p> <p>WebNibbler 可提供网站上各单元网页的热门程度及绩效进行分析，另外也可针对不同族群对于内容需求差异的分析，可了解不同区隔群间所需要的内容服务各为何，藉由此分析，可以做为未来改善网站内容的参考，提供更客制化导向的网站内容服务。</p>

能够找到让会员方便使用红利积点的在线模式

红利积点回馈制度的设计概念，在于尽可能提供最佳诱因，使顾客在期望获得更多点数供日后使用的情况下，愿意主动产生更多消费行为。提供令人心动的回馈诱因，是一开始吸

用WebNibbler检视电信业者在网站上推行红利积点制度的成效

能够找到对红利积点回馈活动最有效的网络宣传方式

能够得知红利积点回馈制度吸引到哪些人上网参与

能够了解这些人对红利积点回馈制度的关心程度

能够找出对消费者最有吸引力的红利积点回馈方式

能够找到让会员方便使用红利积点的在线模式

引顾客行动的主因，但随着时间流逝，当顾客累积一定点数可作兑换使用时，另一项对红利积点制度的考验就此发生— **如何让顾客方便有效地使用点数。**

■ 创造二次利润的模式

对顾客而言，「如何累积点数」与「如何使用点数」是同样重要的需求，既然要维持顾客忠诚度，电信业者在推动红利积点制度时，必需考虑设法提供各种能够让顾客使用点数的方便管道，好让顾客真的实现获得回馈的满足感。以远传电信为例，提供了电话兑换、门市兑换、网络兑换三种兑换方式，及「折抵账单金额」、「免费兑换商品」、「点数抵现金」、「换购商品」这四种回馈类型(如下表)。前三种兑换方式虽然各有各的便利性，但是电话兑换的扩充性不足，门市兑换则受到时间、空间的限制，而网络兑换则不受此限且具有无限扩充性。再比较四种回馈类型，虽然「折抵账单金额」、「免费兑换商品」、「点数抵现金」感觉最实在，但仅是业者变相牺牲利润的做法，真正能再创造一次消费利润的方式是让消费者以少许点数+自付额来「换购商品」。综合以上二点，让消费者使用网络换购商品(也就是电子商务的其中一种模式)，能够同时满足消费者、不让业者牺牲利润、更能带来二次获利的最佳做法。

■ 浏览动线的重要性

既然如此，建构一个让会员方便使用红利积点的在线模式是影响顾客忠诚度与满意度的重要媒介，也是创造二次获利的平台，业者光靠在网站上提供顾客足够的诱因内容还不够，此时我们必须检视网站上的浏览动线是否真能为顾客带来便利性，才能进一步提出分析判断。

■ 从浏览动线中找出答案

如何让会员在进入网站后能够轻松浏览关于红利积点的各项功能，并且顺利使用点数购物消费，除了一开始规划一套**良好的网站浏览动线**外，并应藉由**访客浏览动线分析(Navigation Analysis)**，来检视网站规划的浏览动线与访客真实浏览行为是否产生差距，以及交易流程是否顺畅无碍，以从中找出差异原因进行改善。

<p>动线规划面 Website Design</p>	<p>透过 WebNibbler 从网友的浏览行为数据，来检视网站架构及动线规划面，可为您带来以下的效益...</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 得知网友点选网页及到达历程的浏览行为模式。 <input checked="" type="checkbox"/> 了解网友对于网站架构的理解度与接受度。 <input checked="" type="checkbox"/> 评估网页内容是否存在的必要性。
<p>交易流程面 Transaction</p>	<p>透过 WebNibbler 从网友的下单行为进行研究分析，可为您带来以下的效益...</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 得知会员从下单到结帐的完成度是否顺畅。 <input checked="" type="checkbox"/> 评估您的网站交易流程的是否需要进行设计改善。 <input checked="" type="checkbox"/> 了解下单流程的金流稳定性。

改善红利积点在线模式的第一步，先了解网友点选网页的浏览历程，藉此与网站原本设计

用WebNibbler检视电信业者在网站上推行红利积点制度的成效

能够找到对红利积点回馈活动最有效的网络宣传方式

能够得知红利积点回馈制度吸引到哪些人上网参与

能够了解这些人对红利积点回馈制度的关心程度

能够找出对消费者最有吸引力的红利积点回馈方式

能够找到让会员方便使用红利积点的在线模式

的架构及动线规划作比较，以找出网站浏览动线的最佳化组合。若这与网站原本的预期一致，则代表着网站设计的消费动线符合访客的习性，若是与原先规划的浏览动线产生出入，由于该报表的信息乃是直接反映消费者的行为，则将可进一步作为网站调整的依据，期更符合访客的需求。

■ 转换率是在线绩效另一种指标

改善红利积点在线模式的第二步，计算出完成红利积点兑换服务的转换率。

WebNibbler 浏览动线分析(Navigation Analysis)的转换率分析报表中，可得知从开始浏览红利积点服务的网页，到进入使用点数兑换流程，再到完成点数兑换购行为的过程中，有多少会员完成了点数扣抵的手续，藉由最后完成该流程的比率作为红利积点服务的绩效检视基础，当该比率过低，则需要进一步检验整个互动流程是否出现不顺畅的问题。

■ 网友如何被转介到特定的网页上

除了上述二种改善红利积点在线模式的网站内部检视方法外，想知道有多少网友是从哪些地方被转介到红利积点活动的特定网页？WebNibbler 浏览动线分析(Navigation Analysis)就有这种非常实用的到达历程分析报表，可提供这种情报信息。这种到达历程分析报表的功能是，当营销人员想了解特定网页的流量来源结构时，只要将该特定网页设定为「转介网页」，WebNibbler 会分析出导引至此网页的流量来源，帮助营销人员辨识这些特定网页的流量是网友从进入网站之后才创造的？还是直接从外部网站点选进来的？显示的意义也有利于帮助营销人员思考红利积点在线模式的动线是否顺畅合理。

若是大多数网友从进入网站之后，经过数次点选路径皆无法按照您预设的动线浏览到红利积点网页，或是点选至红利积点单元后始终中断服务流程，请您务必正视这个问题，并请尽快重新调整网站架构与浏览动线，毕竟及早调整才能及早减少顾客满意度与忠诚度的流失。

▲ WebNibbler 提供的浏览动线分析功能(Navigation Analysis)

包括： 1. 点选历程分析 2. 到达历程分析 3. 转换率分析

WebNibbler 可针对访客从网站上的特定页面的浏览历程作一完整的纪录，提供网站管理者检视访客所走的路线与网站原先设计的浏览动线是否有落差，此分析结果将可以提供网站设计人员设计更顾客导向的网站架构。WebNibbler 所提供的转换率分析功能，能提供网站主了解网站某些主要的流程其真正被访客完成的比率，网站管理者可透过此分析结果进一步检视网站的经营绩效。



Professional Partner for Your Website Success

CCMedia Technology Company

Tel: 886-2-26552828

Fax: 886-2-26551919

Address: Nangang Software Park, 12F, No.19-2, Sanchung Rd, Nangang District, Taipei 115, Taiwan.

Website: www.ccmedia.com.tw

E-mail: webnibbler_sales@ccmedia.com.tw