

數碼化 + 茁壯成長

用戶體驗

在數碼世界中優化用戶體驗的重要性

甚麼是用戶體驗？

用戶體驗是用戶透過網頁或流動裝置與你的業務進行各種互動而構成。與你的品牌相關的每個頁面、畫面或每次點擊都共同塑造出用戶體驗。為了優化用戶體驗，企業需要了解用戶，明白他們的需求和期望、能力和限制，以及他們重視的元素。

過去一年，數碼普及化進度驚人，在短短數月間便已達到幾乎相等於 10 年的發展。電子商務銷售額亦因此而大幅增長。事實上，在 13 個受訪市場中，56% 的受訪消費者表示他們較以往更常進行網購。這增長趨勢預計將會持續，其中，44% 的受訪全球網購消費者預計其在 2021/2022 年度的網購支出將較 2020 年度為高¹。

現今的消費者對商戶期望相當高，原因是他們擁有更多選項，可隨時隨地透過流暢無縫的體驗取得各式商品、服務和資訊。從直接使用手機預約車輛接送，到一鍵跨境購物，各種創新技術都全面簡化了我們的生活，網購消費者的期望因而有增無減。

用戶體驗能夠提升你的競爭力，並可助你適應不斷變化的消費者期望。對於許多公司來說，優質用戶體驗絕對是突圍而出的重要關鍵。有半數受訪消費者會在經歷一次不愉快購物體驗後轉向光顧競爭對手，八成的受訪消費者則會在遭遇一個以上的購物問題時另覓其他購物網站。面對現今消費者的極高期望，你必須提高購物流暢度，確保消費者對購物體驗滿意²。即使只對用戶體驗作出細微改變，也能為企業提供超越同業所需動力。



優化用戶體驗 能推動業務創出佳績

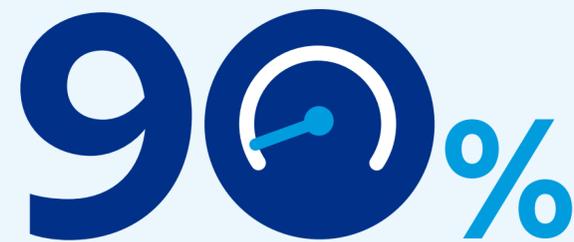
用戶體驗的價值

84% 的受訪客戶表示, 用戶體驗與商戶提供的實際產品和服務同樣重要³。



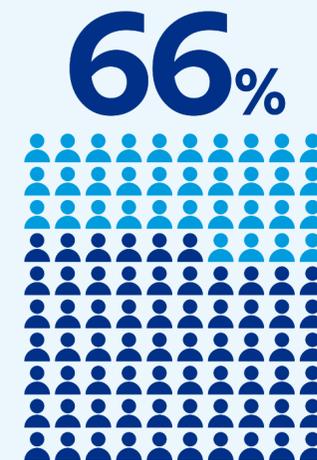
留住客戶

90% 的受訪消費者會因為網站載入速度過慢而離開⁴。



提升收入

66% 的受訪客戶願意為優質體驗付出較高價格⁴。



投資回報率

公司每投資 **1 美元** 研究用戶體驗, 便可節省 **10 美元** 的開發成本和 **100 美元** 的維護成本⁵。





優化用戶體驗為何如此重要

提升用戶體驗的核心在於簡化一切流程，同時消除不流暢因素，為你的業務帶來重大優勢：

提高銷售成功率

流暢無縫的用戶體驗設計有助降低購物車放棄率，確保客戶專注購物，同時提高利潤成果。

善用投資

既然你已投入資源吸引客戶造訪網站，當然希望確保客戶享用流暢的購物體驗，以善用成本。

留住客戶

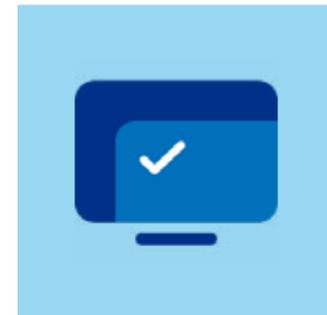
建立具吸引力、流暢無縫的用戶體驗流程有助吸引客戶，以及建立用戶對品牌的忠誠度。

現今客戶擁有比以前更多的選項，優化用戶體驗是勢在必行。PayPal 特別為你預備有關貼士，並可協助改善你的網站的整體用戶體驗。

5 個優化用戶體驗的貼士

要提供出色的用戶體驗，就要從客戶的角度出發。以下五個貼士可提升你的用戶體驗，讓客戶稱心滿意。

1. [簡化購物路徑](#)
2. [以手機為先](#)
3. [善用客戶意見](#)
4. [測試用戶體驗，找出可行策略](#)
5. [將客戶支援放於首位](#)



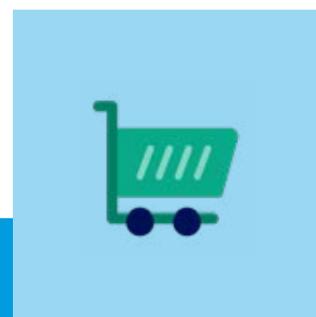
1

簡化購物路徑

在電子商務的領域中，點擊次數越少、載入時間越短，成功的銷售便會越多。你應致力確保客戶能輕鬆順利地結帳。

70% 的網上購物車在結帳前便被放棄。要成功銷售，關鍵在於消除不流暢因素和多餘的步驟⁶。即使你的網站只快了 0.1 秒，銷售成功率平均便可提高 8%⁷。你應審視客戶購物旅程中的所有接觸點和路徑，建立更具效率的購物流程。透過主動消除不流暢因素，並將完成購物所需的點擊次數減至最少，將有助降低購物車放棄率，提升銷售，同時提高客戶保留率。

憑藉全球超過 3 千萬間合作商戶、超過 4 億客戶及每年多達 1 億宗交易，PayPal 不斷探索、測試及優化結帳體驗。PayPal Checkout 能夠助你縮短客戶完成交易所需的時間。



不妨採用以下幾個竅門，以簡化購物路徑及消除不流暢因素：



讓客戶選擇直接從產品頁面前往結帳。



提供訂閱選項，讓現有客戶能節省時間。



確保在所有關鍵頁面的當眼位置顯示結帳按鈕。



容許客戶將商品儲存在購物車中，方便日後一次過購買多項商品。



移除結帳流程中的多餘步驟，例如建立帳戶。



讓客戶輕易指示帳單地址與送貨地址相同，省卻重複輸入。



確保網站速度理想，避免客戶中途放棄購物。



在結帳流程中僅要求客戶提供必要資料，避免他們中途放棄購物。

2 以手機為先

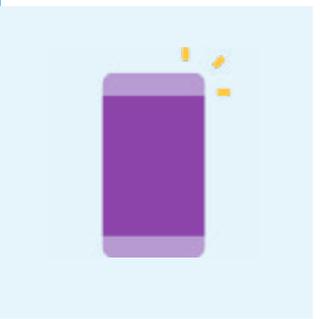
手機普及率持續上升。透過優化手機體驗有助建立忠誠度，並且推動客戶重複光顧。

疫情推動流動裝置加速成為全球購物的主要接入點，手機體驗絕對是首要的優化環節，尤其要連繫精通數碼領域的消費者（例如 Z 世代和千禧世代）時，出色的手機體驗更是不可缺少。事實上，即使用戶喜愛某個品牌或企業，一旦其網站未能支援以手機瀏覽，50% 的受訪用戶將減少使用此網站⁸，同時，85% 的受訪成年人認為，公司的手機網站應與其桌面版網站同樣出色或更佳⁹。

此外，若手機頁面能迅速載入，亦會為網站表現帶來正面影響¹⁰，原因是更迅速的手機網站可推動用戶停留更長時間，並購買更多商品¹¹。除了網站速度外，能符合流動裝置、平板電腦和桌面電腦的不同規格而自動調整內容的響應式設計也是關鍵。確保訪客能因應所用裝置而獲得相似且度身訂造的體驗，可以建立正面良好的形象。

整體而言，經優化的手機頁面能夠推動銷售額增加 30%，個別頁面瀏覽量增加 40%、跳出率降低 50%，以及整體產品銷售額增加超過 70%¹²。

在結帳方面，PayPal 協助並確保你能支援手機用戶。我們的流動付款解決方案可在桌面電腦和流動裝置上流暢運行，並可輕易實施。只需輸入幾行代碼，便可針對手機用戶優化你的結帳流程，同時支援任何類型的裝置。



3 善用客戶意見

你越深入了解客戶，就能越有效地滿足他們的期望。

你可透過對客戶進行問卷調查或觀察他們在網站上的特定行為，以識別其痛點，並根據其需求找出最佳優化方法。透過此方式，曾有一間公司調整其支援策略，客戶滿意度提高了 8 倍，同時客戶流失率也降低接近 60%¹³。

點擊次數、下載次數和頁面停留時間都是有用的參與度指標。透過在網站上建立典型的用戶體驗旅程圖（從主頁到結帳），你可找出用戶在

何處中途離開，以及識別用戶體驗是否存在問題。你亦可利用虛擬焦點群組，透過社交論壇或頁面找出改善業務體驗的方式。另外，與負責接待客戶的員工對話，了解他們聽到的客戶意見。以上一切都可助你改進及優化用戶體驗。



4 測試用戶體驗 找出可行策略

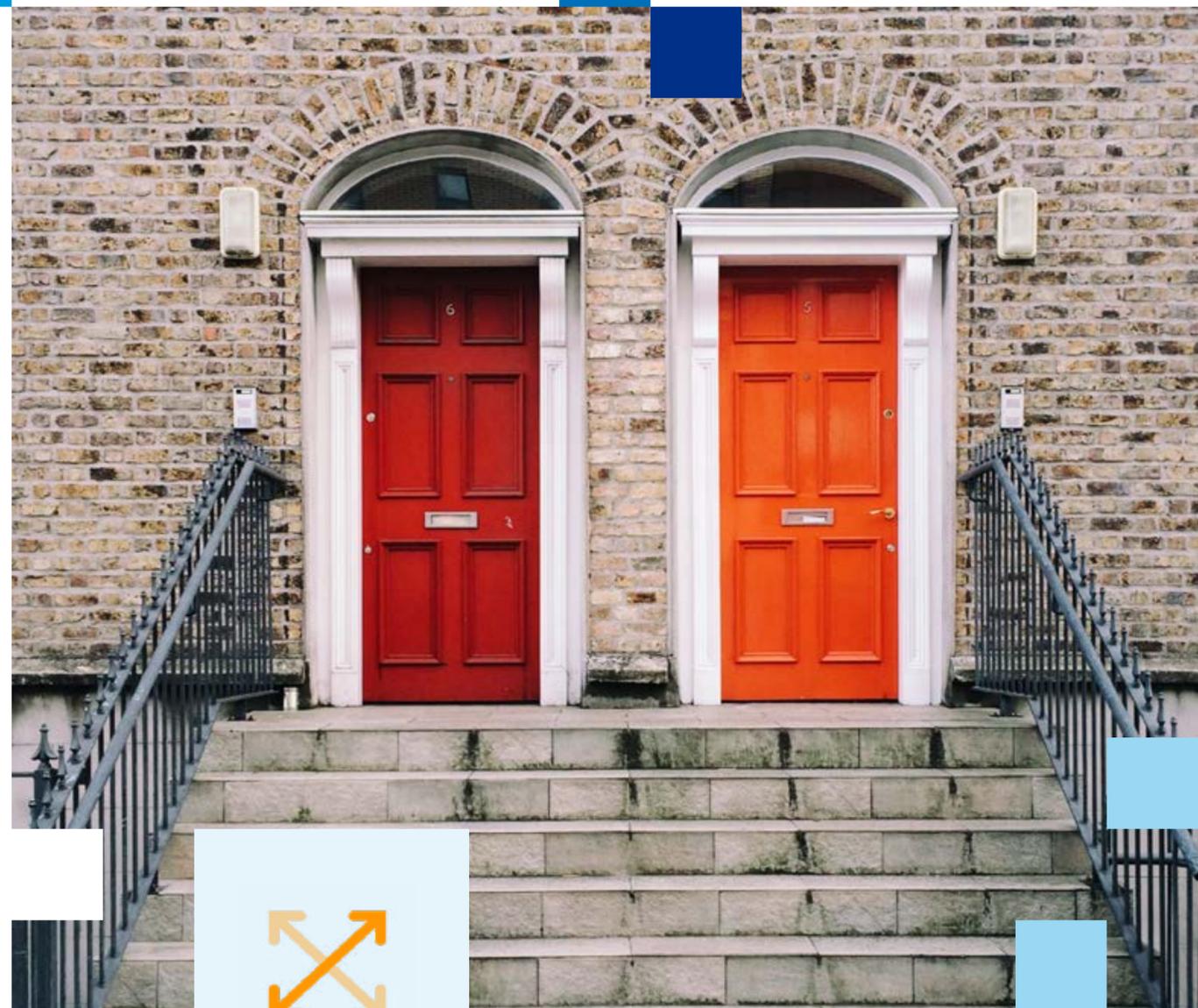
透過測試便能根據所得數據決定如何設計用戶體驗，並且讓用戶能夠反映其喜好。

你應制定解決客戶痛點的最佳方案，識別引起共鳴的元素，並透過測試找出達至推動成功銷售的因素。此外，用戶測試亦是有效的方式，以識別不流暢因素。藉著收集用戶意見，你便能改進所採用的方法，同時防止發生各種問題，避免重新設計工序的高昂成本。儘管用戶體驗優化屬於迭代流程，但若能在開始設計前、設計過程中及設計完成後盡量多作測試，便可提高效率。

你可考慮採用兩種測試：A/B 測試和可用性測試。A/B 測試也稱為分組測試或桶測試。在此測試中，你可建立兩個不同的頁面或畫面，以同時測試兩者並比較結果，以找出哪一項能

帶來最成功的銷售效果。在 A/B 測試中，每一次僅能測試一項變數，以清晰確定哪項元素導致測試結果發生任何變化。

可用性測試是指在用戶瀏覽網站時觀察他們。此測試方式有助找出他們遇上哪些困難，以及喜愛哪些部分。在審核下進行的可用性測試需由工作人員與用戶合作；或者可在沒有審核的情況下由用戶自行導航體驗。你應確保測試者能夠充分代表你的目標受眾，以確保測試結果具相關性。此外，你亦需注意切勿向用戶提供過多指示，以免影響測試結果。



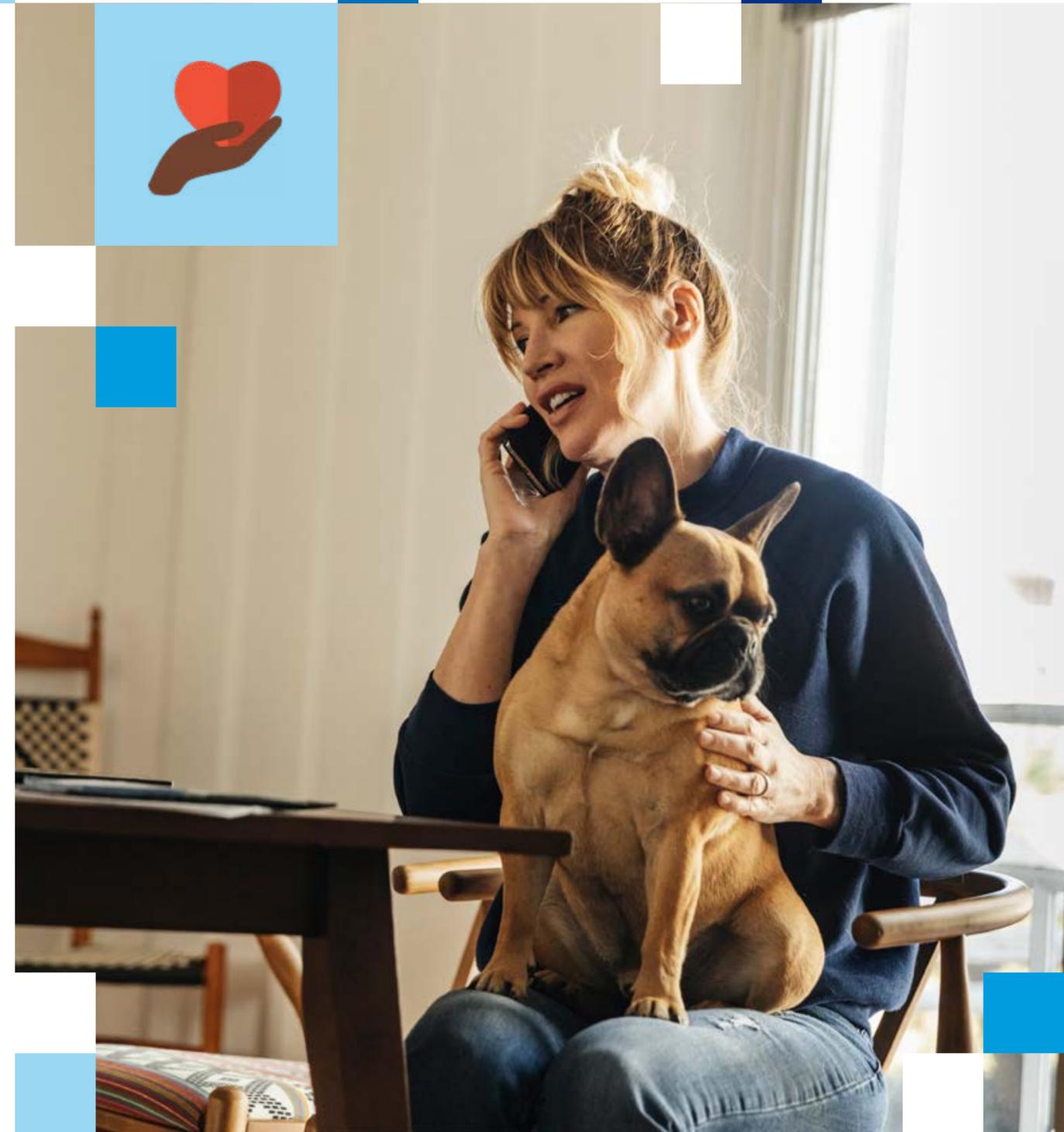
5 將客戶支援 放於首位

在塑造體驗、推動銷售、建立忠誠度和令企業突圍而出的過程中，客戶支援發揮著重要作用。

即使客戶獲得出色的用戶體驗，他們仍可能會遇上問題或遇到困難，而你的回應方式就很關鍵。客戶希望迅速得到簡單易明的答案，幫助他們以最有效的方式解決問題。多項調查顯示，77% 的受訪客戶指出他們對於提供頂尖服務的企業更為忠誠¹⁴。同樣地，75% 的受訪客戶表示，若企業能提供優質客戶體驗，他們願意消費更多¹⁴。

一旦問題未獲解決，客戶可能不願意結帳，因此在用戶體驗優化流程中，為客戶全程提供強大支援是明智投資。

為了滿足客戶期望，你必須在每個階段和各種渠道提供支援。儘管部分客戶較喜歡在電話上互動以解決複雜問題，然而，許多客戶首選以即時聊天、短訊/文字訊息或社交媒體作為溝通方式。其中的關鍵在於及早解決問題，防止問題變得更嚴重。迅速解決問題絕對是關鍵目標，73% 的受訪客戶指出，速度是優質服務的最重要因素¹⁵。如果客戶利用 PayPal 付款，「PayPal 買家購物安全保障」和 PayPal 退貨運費等解決方案有助提升服務體驗。無論是交易存在問題，抑或商品不符合客戶的要求，PayPal 都可協助處理相關情況。



以 PayPal 提供 稱心如意的用戶體驗

透過端對端方案提供理想的用戶體驗，你的業務便可創出驕人佳績。只要你能取悅客戶，同時消除用戶體驗中的不流暢因素，自然能突圍而出。讓客戶輕鬆透過任何裝置尋找所需的商品，你的品牌更顯與眾不同。你應省卻多餘的點擊步驟，以有效降低購物車放棄率，並大幅提高銷售額。出色的客戶支援能夠建立商譽和忠誠度。做好以上每一步，配合 PayPal Checkout 帶來的便捷體驗，加上使用全球數以億計客戶信賴的付款解決方案，你定能輕鬆提供無可比擬的非凡用戶體驗。

[開始體驗 →](#)

