

数字化 + 业务增长

用户体验

优化用户体验，畅游数字世界。



什么是用户体验？

用户体验 (UX) 是指个人在使用电脑或移动设备期间与企业网站发生的各种互动。所有与品牌相关的页面、界面和点击跳转，都是用户体验的组成部分。在优化用户体验之前，企业需要全面理解用户，包括他们的需求和期待、能力与局限，以及他们最看重什么。

过去一年，数字化转型浪潮汹涌，短短几个月便取得了与近十年相当的进展。在这一趋势的推动下，电商销量大幅增长。一项覆盖13个市场的调研显示，56%的消费者称其在线购物次数比以往更多。此外，44%的全球网购消费者预计，他们在2021/2022年的网购支出将高于2020年，这预示着网购增长趋势有望得以延续¹。

今天的消费者，能够随时随地获得各种商品、服务和信息，随着选择和渠道的增多，他们的期待也水涨船高。从手机打车到一站式跨境购物，创新让我们的工作和生活更方便、更省心，消费者对网购也抱有相同的期待。

企业营造的用户体验，不仅关系到其自身的竞争地位，还能帮助企业适应消费者不断变化的购物期望。对许多公司而言，卓越的用户体验已成为打造差异化竞争优势的关键因素。如今，50%的消费者会在经历一次糟糕的购物体验后转投竞争对手的怀抱，80%的消费者会在遭遇一个以上的购物问题时另寻其他购物网站。因此，减少用户体验中的摩擦和失望是获得成功的关键²。即使是用户体验的微小变化，也能为企业提供增长的动力。



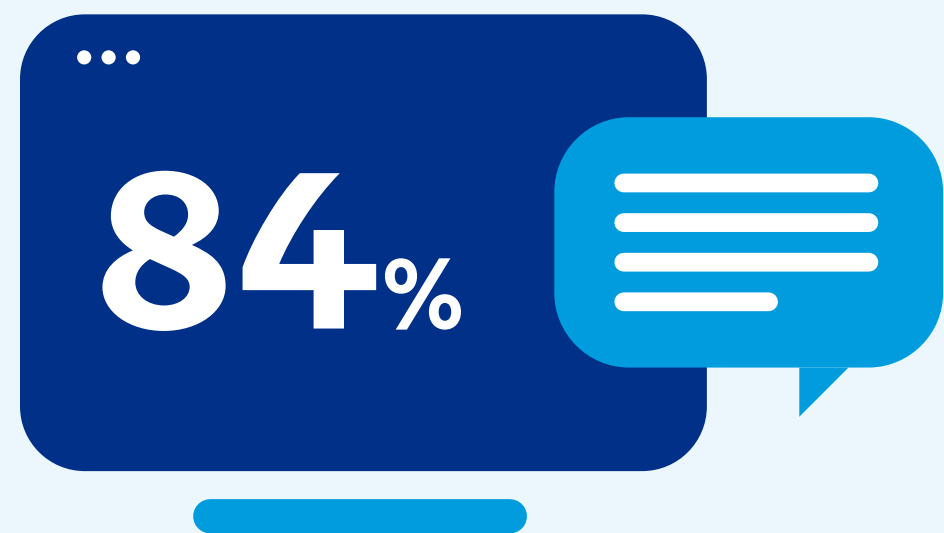
1. PayPal委托益普索开展的Ipsos MORI PayPal Cross-border Insights 2021调查。涉及13个市场，样本数达13000。形式为2020年12月-2021年2月期间面向成年人（过去三月间有网购过的18岁以上受访者）的线上问卷调查。
2. Zendesk, Customer Experience Trends Report, 2021年。



优化用户体验 敲开成功之门

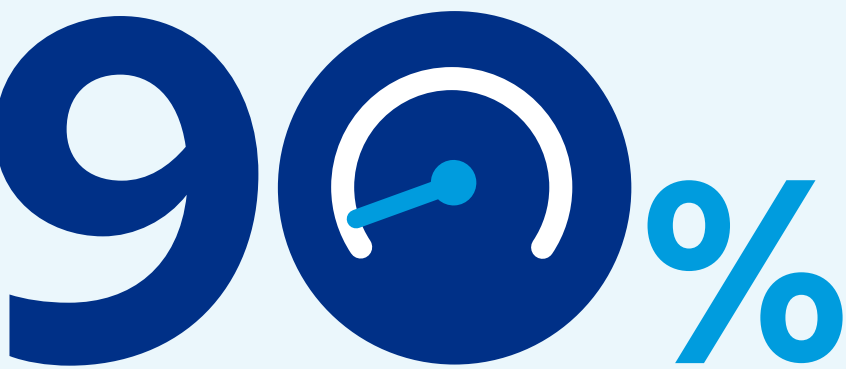
用户体验的价值

84%的客户称用户体验与企业提供的实际产品和服务同等重要³。



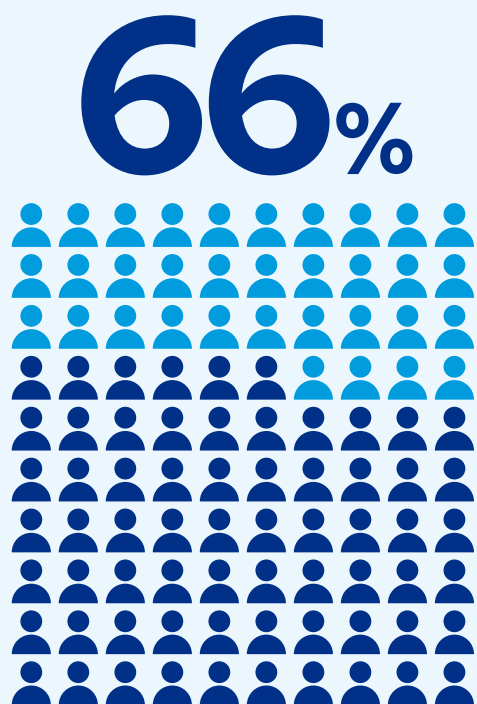
保留客源

90%网购消费者曾因网络加载速度过慢而转投其他购物网站⁴。



提升营收

66%的客户愿意为出色的购物体验花更多的钱⁴。



可观的投资回报

企业每投入**1美元**用于用户体验研究，平均可**节省10美元**的研发费用和**100美元**的后期维护费用⁵。



优化用户体验 势在必行

优化用户体验的核心，在于提升购物流畅度、消除摩擦点。
这一举措能够为企业带来以下优势：

提升转化率

无缝的用户体验设计，有助于降低购物车放弃率，让客户专注于购物，提升企业利润。

兑现投资价值

将客户引流至企业网站需要投入大量资源，若因用户体验问题造成客户流失，企业将无法最大限度兑现营销投入的价值。

提升留存率

流畅的用户体验有助于吸引客户、增强客户粘性，提升客户对品牌的忠诚度。

如今，消费者的购物选择空前增多，企业必须把用户体验优化摆在至关重要的位置。PayPal能够为您提供相关领域的最佳实践，全面提升企业网站的用户体验。



五个小贴士，助您打造流畅的用户体验

卓越的用户体验，始于以客户的视角看世界。巧用以下5个小贴士，优化用户体验，为客户打造愉悦的购物之旅。

- 1. 简化购物流程
- 2. 采取移动端优先策略
- 3. 深入剖析客户
- 4. 借助测试不断优化
- 5. 重视客服支持



1 简化购物流程

在电子商务领域，网站的点击跳转次数和加载时间与客户转化率成反比。企业可尝试消除购物流程中的繁琐环节，让客户轻松购物、轻松结账。

网购活动中，因购物车弃购而无法转化为订单的交易比例高达70%，这凸显出减少摩擦和繁琐环节的重要性⁶。网站运行速度每提高0.1秒，客户的转化率可平均提升8%⁷。全面检视客户旅程中的各个触点和购物流程，有助于打造更加高效的客户旅程。企业可主动采取措施，清除用户体验中的摩擦点，减少购物所需的点击次数，有助于降低购物车放弃率、提升销量和客户留存。

PayPal拥有3000多万商家和4亿多客户，每年处理1亿笔遍布全球各地的交易，并在此过程中不断探索、测试和优化结账体验。PayPal Checkout 能够助您加速客户的交易流程。



几个减少摩擦，优化购物流程的小技巧：



为购物者提供从产品页面直接结账的选项。



提供定期付款选项，降低结账时间，吸引回头客。



让购物者一眼就能看到关键页面的结账按钮。



为客户保留放入购物车的产品，方便其分次购买。



减少结账环节不必要的步骤，如创建账户等。



账单地址与送货地址相同时，提示客户无须重复输入。



优化网站运行速度，避免客户中途放弃购物。



结账环节仅要求提供必要信息，避免客户放弃购物。



6. Statista, Online Shopping Cart Abandonment Rate Worldwide from 2006 – 2019, 2021年7月7日。 7. Deloitte, Milliseconds Make Millions, 2020年。

2 采取移动端优先策略

移动设备的普及率越来越高。优化移动体验，能够助您培养客户的忠诚度，吸引回头客。

疫情令移动设备加速成为全球网购的主要访问终端。如此一来，购物网站的移动体验便成为头等要务，尤其是考虑到原生数字消费者如Z世代（1995-2010年出生）和千禧一代（1984-1995年出生）。调研显示，如果网站设计不利于移动设备访问，即使商家本身没有问题，50%的用户也将减少访问次数⁸；85%的成年购物者认为，企业网站的移动版至少要与网页版保持同等水平，甚至更高⁹。

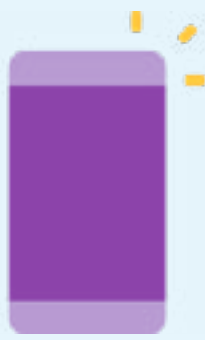
移动页面的加载速度也会影响销售业绩¹⁰，快速流畅的移动端网站能提升用户的停留时间和购物数量¹¹。除了网站的运行速度，能够根据手机、平板和电脑等不同设备自动调整内容的响应式设计也非常重要。根据用户设备提供其熟悉的个性化访问体验，将对品牌认知产生积极影响。

总体而言，移动端页面经优化后，可提升30%的销售额、40%的唯一身份浏览量和70%的产品总销量，并降低50%的网站跳出率¹²。

在结账环节，PayPal可助您打造愉悦的移动支付体验。我们的移动支付解决方案部署方便，能够实现对电脑和移动设备的无缝响应。只需几行代码，便可优化您的移动支付体验，轻松适配各种类型的设备。



8. UX Collective, 7 Findings That Prove the Importance of Great UX, 2020年6月29日。 9. UXCam, 20+ Powerful UX Statistics to Impress Stakeholders, 2021年2月8日。 10. Deloitte, Milliseconds Make Millions, 2020年。 11. Google, "How Speeding up Your Mobile Site Can Improve Your Bottom Line," 2020年6月。
12. Djasasbi, Soussan, et.al., "Designing for Success: Creating Business Value with Mobile User Experience (UX)," 2020年8月17日。



3 深入剖析客户

更好地理解客户, 才能更好地满足客户的期待。

开展客户调研或监测网站浏览等特定措施有助于找到客户的痛点, 并根据客户需求提出最佳的优化方案。某家公司曾借助这一方法调整其客服支持战略, 并将客户满意度提升了800%, 流失率降低了近60%¹³。

点击量、下载量以及页面停留时间等数据都可以成为评估客户参与度的重要指标。您可以创建网站的用户旅程热图, 覆盖从主页登入到结账登出的全部环节,

直观地展现客户放弃购物的节点, 并综合判断放弃是否由用户体验问题造成。您还可以深入社区论坛或社交页面, 多样化探索优化客户体验的新途径。此外, 与面向客户的一线员工交谈, 倾听他们收到的意见与反馈, 也是优化及提升用户体验的重要渠道。



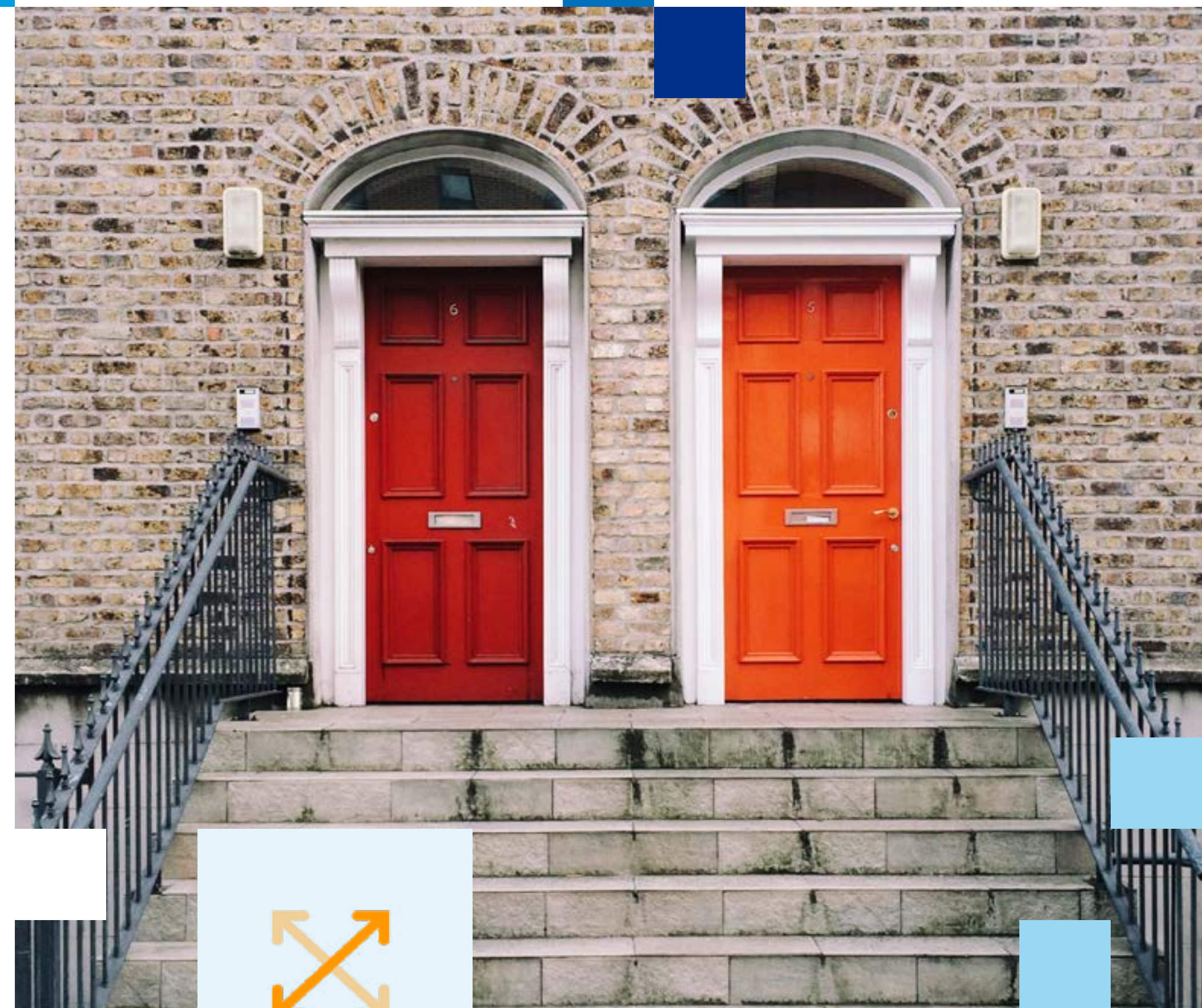
4 借助测试不断优化

用户体验测试可为网站设计提供数据支持,使您的用户得以展示他们的偏好。

明确痛点的最佳解决方案,发现客户认同的亮点,洞悉提升转化率的关键要素——这一切都可以在测试中得到实现。此外,用户体验测试还能有效识别摩擦点。通过收集测试中的用户洞察,您可以进一步打磨网站的设计策略,防止成型后大面积返工的问题。用户体验优化是一个持续迭代的过程;如果能在网站设计的前中后期开展更多测试,将更有效提升迭代的效率。

用户体验测试有两种类型可供选择:A/B测试和可用性测试。A/B测试,也称拆分测试或水桶测试。简单来说,即创建两个不同的页面或屏幕,通过用户群组同时对两个方案进行对照测试,观察哪个方案的转化率更高。需要注意的是,在A/B测试中,一次应且仅应测试一组变量,以便能够确定导致不同结果的要素。

可用性测试,指让用户对网站执行特定操作,并对此过程进行观察。可用性测试能够发现用户在使用过程中的痛点和亮点,分为有主持人和无主持人两种:前者配备一名工作人员,陪同用户进行操作;后者无工作人员陪同,完全由用户自主体验。在可用性测试中,应在目标受众中选择具有代表性的用户,确保测试结果具有相关性。同时,还要避免过度干预或引导用户,以免影响测试结果。



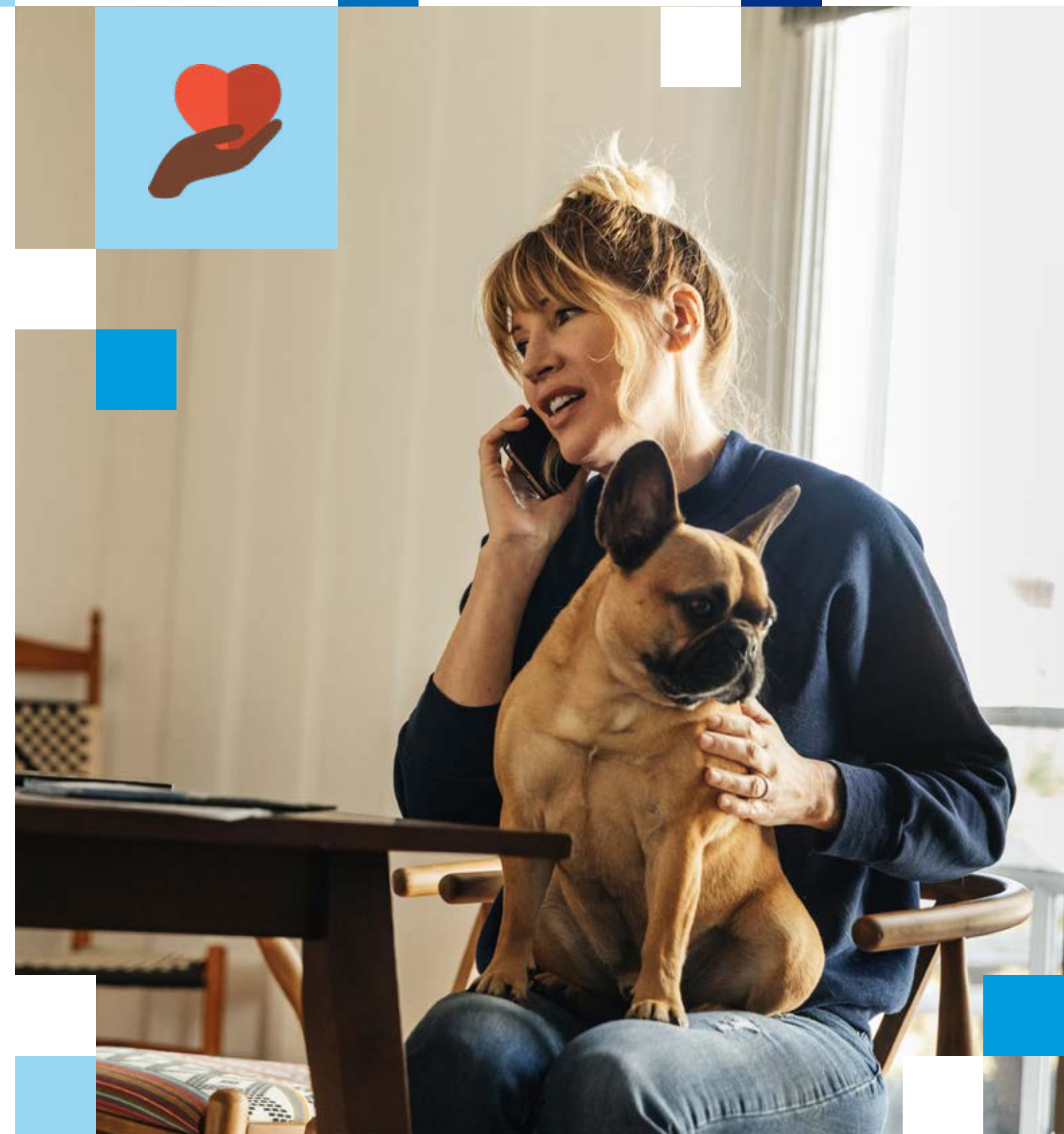
5 重视客服支持

客服支持在塑造用户体验、构建品牌忠诚、驱动销售和凸显企业优势等方面扮演着重要的角色。

即使拥有出色的用户体验，客户仍然可能在购物过程中产生疑虑或遇到问题。如何回应他们的问题、打消他们的疑虑，就显得尤为重要。客户希望得到快速、简洁的回答，帮助他们高效解决问题。相关调研显示，77%的客户对提供一流服务的企业忠诚度更高¹⁴。同样，75%的客户对提供卓越体验的企业的支付意愿更强¹⁴。

如果客户的问题得不到解决，其购物行为可能无法转化为订单。因此，贯穿客户旅程的客服支持也是一笔优化用户体验方面的明智投资。

在客户旅程的各个阶段和渠道提供必要的支持，是满足客户期待的重要途径。有的客户喜欢打电话解决复杂问题，有的客户更习惯即时聊天、短信或社交媒体等沟通方式。关键在于，要在小问题变成大问题之前将其解决。快速解决问题也很重要，73%的客户表示，解决问题的速度是优质服务的重要标志¹⁵。PayPal可提供PayPal买家保障和PayPal无忧退货等解决方案，能够助您优化PayPal用户的服务体验。无论是交易问题，还是物品不符合客户预期，PayPal都能加以妥善解决。



使用PayPal 打造愉悦的用户体验

通过端对端方案打造最佳的用户体验，将带来一系列影响深远的成效。首先，消除摩擦、为客户提供愉悦的购物体验，能够助您崭露头角。其次，客户可通过任意设备轻松找到所购之物，能够助您脱颖而出。再次，减少不必要的点击，能够助您降低购物车放弃率并提升销量。最后，卓越的客服支持，能够助您构建良好的商誉和客户忠诚度。除此之外，便捷的PayPal Checkout以及全球数以亿计客户信赖的支付解决方案更将让您如虎添翼，打造首屈一指的用户体验。

即刻行动 →

