



打造令客户满意的购物环境

优化网站的各个环节, 增强客户整体的购物体验。



关注 "PayPal 外贸帮" 微信
即时掌握最新外贸资讯



为客户提供 最佳购物体验

把控每一个细节，提供客户满意的购物体验以提高网站转化率。

对于客户而言，购物就像是一趟旅程。为客户提供满意的购物旅程，对于网站业务增长、客户转化率都有很大的帮助。而一个令人满意的购物旅程并非易事，您需要让客户在网站设计、网站安全、结账流程等各个环节都感到满意，才有可能算得上是一个优秀的购物体验。



影响客户购物体验的四大因素



网站设计

网站设计是客户对网站的第一印象，也是决定客户是否在您网站继续浏览的首要因素，好的网站设计能够大大的降低客户的跳失率。



网站安全

在网站展示网站认证和合作的品牌标识，决定客户是否信任您的网站，也是增强客户购物信心的重要部分。



结账流程

结账流程对于跳失率的影响仅次于网站设计，是客户放弃购物的高发环节，可以说，结账流程直接影响网站的销售额。



促销活动

通过促销活动，可以勾起客户的购物欲望，或刺激客户的购物决心，从而提升网站的成交率。

网站设计



*Design your own website
yourself with our easy
online tool!*



OUR APP
More information,
online manuals and more...



1M WEBSITES WORLDWIDE
More than 80,000 sites in
200 countries



SHOP THEMES
Find the best deals

留住客户的网站设计

网站设计是决定客户继续浏览在您网站的首要因素。

一个好的网站设计，可以让更多的客户愿意继续浏览在网站中。而网站设计的好与坏，您可以从网站设计风格、加载速度、商品详情页等方面来考量您的网站是否能够为您留住更多客户：



符合客户
审美习惯的设计



能迅速
完成加载的网站



专业详尽的
商品详情说明



能激励
购物的客户评价



高质量的
商品展示图片



使客户
一目了然的表单



有利于
客户操作的细节



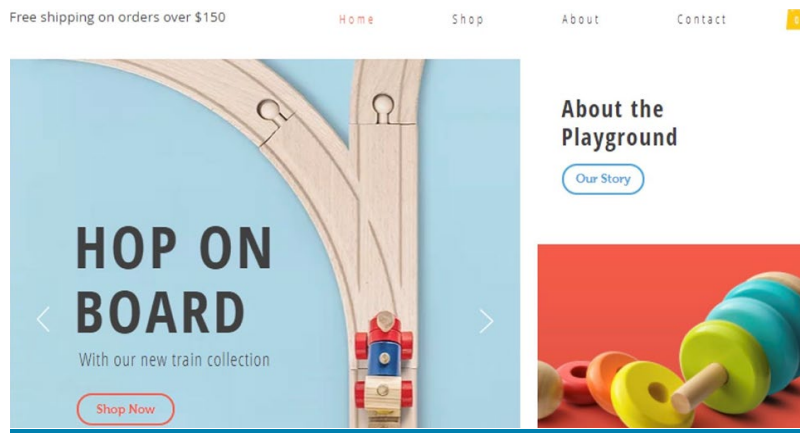
尽可能
减少页面的跳转

符合客户审美习惯的设计

在视觉上，吸引住客户的眼球，留住他们的步伐。

一方水土养一方人，不同国家/地区在审美上存在着诸多差异，因此，您在设计外贸网站的时候，要考虑到中西方审美的差异，在设计上更需要倾向西方人的审美和浏览习惯。

国内与西方的设计差异



西方的设计风格

网站页面整洁，层次感强，装饰性元素少，喜用色块作为修饰，保持页面的整体感。



国内的设计风格

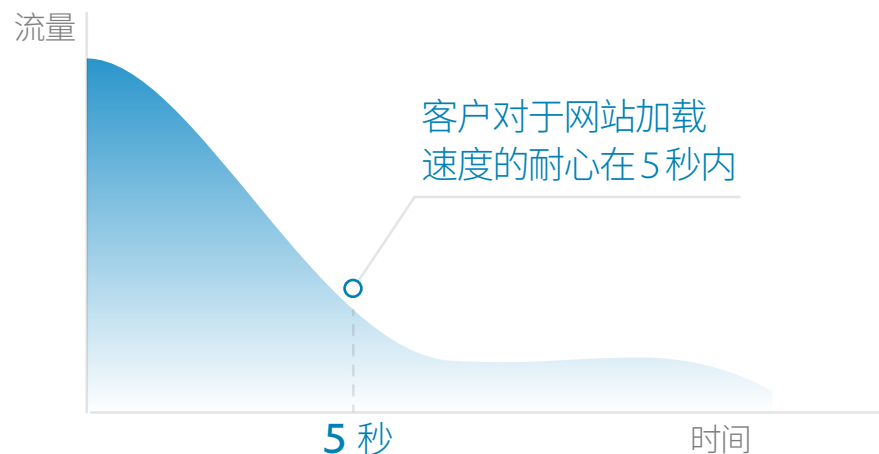
页面中的产品种类一应俱全，页面丰富、华丽，视觉冲击强烈。

能迅速完成加载的网站

提高网站加载速度，减少客户的等候时长，降低客户流失。

网站加载时间过长是造成用户流失的主要原因之一。有调查数据显示，客户对于网站加载速度的耐心一般在5秒内，因此，您需要将网站加载时间控制在5秒内，才能留住更多客户。您可以通过优化脚本文件或使用CDN加速等方式，提升网站的加载速度¹。

如果您不知从何处着手优化网站的加载速度，您可以利用网上一些免费测速工具，对网站进行响应分析，了解您的网站有哪些方面可以进一步优化。



¹ <https://blog.radware.com/applicationdelivery/wpo/2014/04/web-page-speed-affect-conversions-infographic/>



专业详尽的商品详情页

在您的商品详情页面中，全面地展现您的产品。

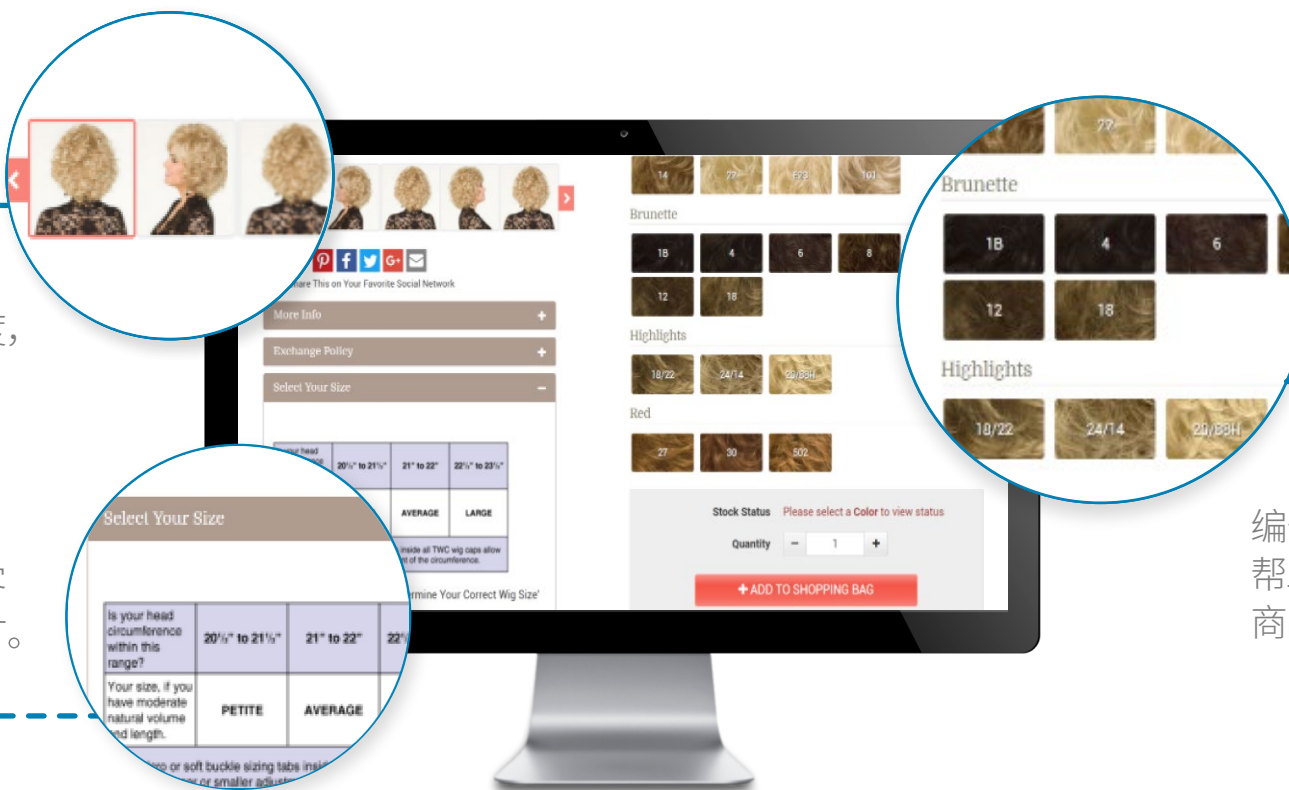
对于客户而言，进入商品详情页面是为了更详细地了解商品，因此，在设计商品详情页的时候，您应该尽可能地将商品颜色、细节图等详情展现给客户，可以让客户快速地了解您的产品。

优秀案例参考

通过真实人物，不同角度，全方位展示您的商品。

贴心的尺寸参考表，让客户能轻松找到合适的尺寸。

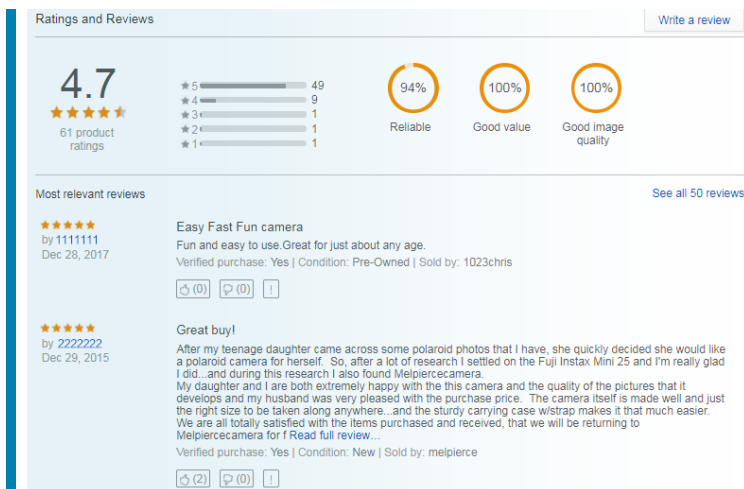
编号与商品的实物图对应，帮助客户快速选择心仪的商品。



能激励购物的客户评价

利用客户评价，快速赢得客户的信任。

客户评价是商品详情页中不可缺少的一部分，也是客户了解商品的途径之一。如果说，详尽的商品详情页是商家对商品的主观介绍，那么，客户评价则是对您商品的客观介绍，这样的介绍对于客户而言，更真实，也更有说服力。



真实顾客的评价，有助与客户的购物信心。



高质量的商品展示图片

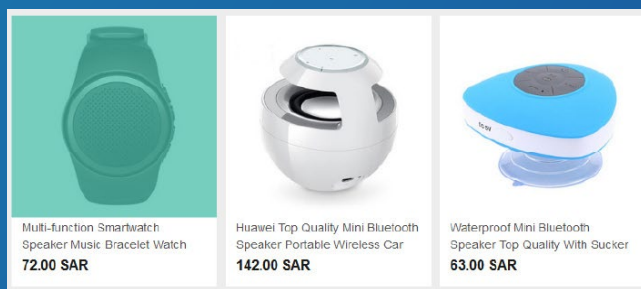
高质量的商品展示图，不但能够让您的网站更专业，更可以提高客户的购买欲望。

需要注意的是，图片的文件过大会影响网页加载速度，我们建议将图片保存为 JPG 格式，该格式在压缩图片文件大小的同时，不会过多影响图片的质量，帮助您保证高质量图片的同时，也保证网页的加载速度。此外，高质量的商品展示图片通常具备以下三点：



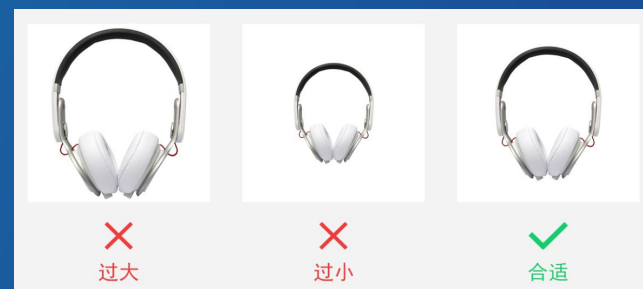
展现产品本身特性

产品拍摄要把握“干净高清，突出主体”的原则，建议可采用纯色背景，或营造简单场景，突出产品质感。拍摄后进行简单修图，尽可能展现产品本身的特性。



适合产品的图片比例

如果您的在水平方向比较长，可采用横向长方形；如果您的垂直方向比较长，可采用纵向长方形；如果您的产品呈多样话，使用正方形最佳。



产品在画布中的占比

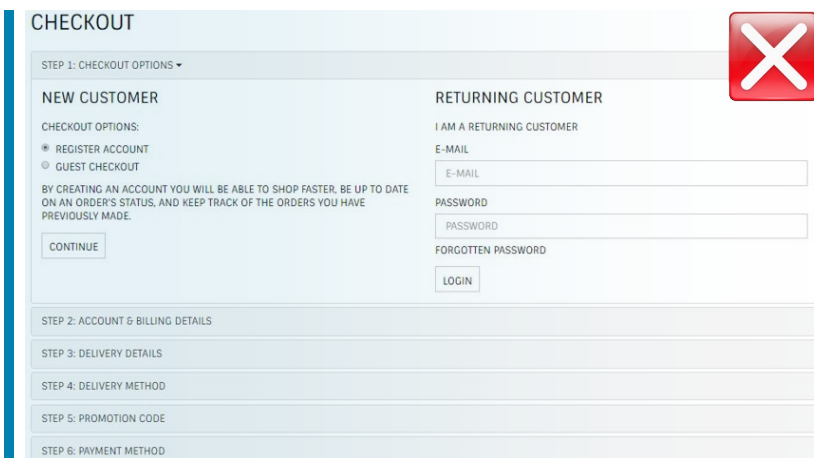
产品在画布空间的占比，即产品面积占整个图片面积的比例，控制在 80 ~ 90% 左右最为适宜，视觉上更舒服。

使客户一目了然的表单

精简表单，让客户可以快速了解所需填写的信息。

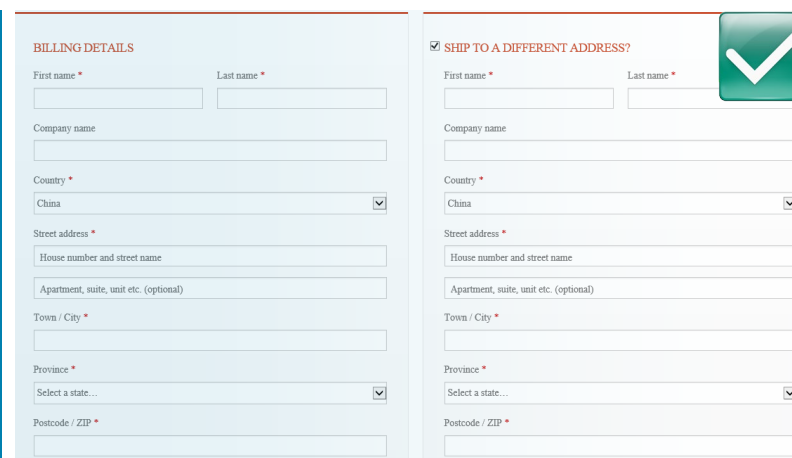
在设计表单时，请避免将所需填写的内容逐步呈现在客户的面前，或让客户填写多余的信息，这样容易令客户失去填写的耐心。您应该尽可能地精简表格内容，并将所需要填写的信息一次性呈现在一张表单中，让客户对自己所需填写的信息一目了然。

示例：



复杂的表格

将所需填写的信息分成多个步骤，这增加了填写的复杂程度，使客户感觉需要花费很多时间，容易让客户失去填写的耐心。



齐全的表格

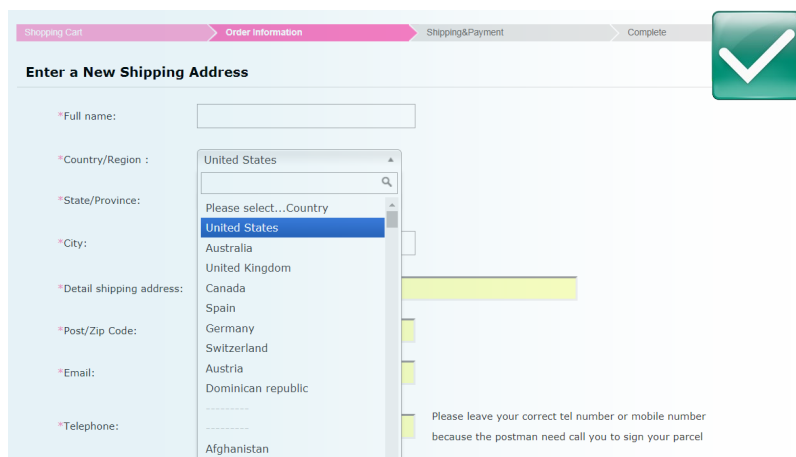
将所需填写的信息一次性展现，令客户对所需填写的信息有一个大概的了解，并不会花费太多时间，激励客户继续填写。

有利于客户操作的细节

细节决定一切，让客户感受到您的用心良苦。

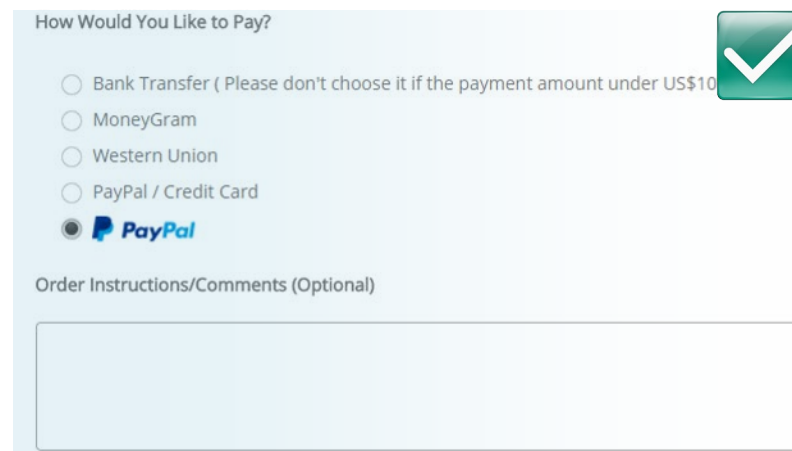
一个好的网站设计绝不能只注重于整体的设计，更注重细节。您可以通过一些细节上设计，减少客户的用时和点击次数，让客户更快地进入结账页面，提升客户的操作体验。

示例：



The screenshot shows a 'Shipping Cart' progress bar with steps: Shopping Cart, Order Information, Shipping&Payment, and Complete. The 'Shipping&Payment' step is active. Below the progress bar is a green checkmark icon. The main heading is 'Enter a New Shipping Address'. The form includes fields for 'Full name:', 'Country/Region:', 'State/Province:', 'City:', 'Detail shipping address:', 'Post/Zip Code:', 'Email:', and 'Telephone:'. The 'Country/Region:' dropdown menu is open, showing a list of countries with 'United States' selected and highlighted. The list includes: United States, Australia, United Kingdom, Canada, Spain, Germany, Switzerland, Austria, Dominican republic, and Afghanistan. A note at the bottom right of the form says: 'Please leave your correct tel number or mobile number because the postman need call you to sign your parcel'.

在客户填写运送信息或是确认订单的页面中，您可以将目标客户所在的地或常见的国家／地区显示在最前面，让客户可以立即选定。



The screenshot shows a 'How Would You Like to Pay?' form. It has a green checkmark icon in the top right corner. The form lists four payment methods with radio buttons: 'Bank Transfer (Please don't choose it if the payment amount under US\$10)', 'MoneyGram', 'Western Union', and 'PayPal / Credit Card'. The 'PayPal / Credit Card' option is selected, and the PayPal logo is displayed next to it. Below the payment methods is a section titled 'Order Instructions/Comments (Optional)' with a text input field.

在选择支付方式页面，为客户预选常用的支付方式，减少客户的点击次数。

尽可能减少页面的跳转

减少页面的跳转，为客户提供最便捷的操作流程。

在用户对操作体验越来越被重视的今天，通过减少页面跳转，避免用户重复操作可以极大的地提升客户体验。例如，您可以将购物车与结账设计中同一页面中，这样做的好处在于，既方便客户查看商品明细后，可以安心结账，也方便在移动端进行购物的客户。



必不可少的移动端优化

潜藏巨大的商机的移动端，是您不可忽略的重要市场。

对于商家而言，支持移动设备的网站是必不可少的一部分，不仅仅是因为移动设备的普及，更重要的是越来越多的人喜欢通过移动设备进行购物，据调查，有 45% 的智能手机用户通过他们的手机进行购物²。

此外，根据 BI Intelligence Survey 的调查，客户在移动端进行购物时遇见以下状况会致使他们放弃购物³：



移动端未优化，页面杂乱，加载速度过慢。



输入付款信息不便。



遗忘账户和密码。

如果您移动端的优化还不甚了解，可以查看【[打造移动业务](#)】电子书，了解更多网站移动端的优化建议。

²eMarketer公司，2016年2月。<http://www.emarketer.com/Article/Most-Digital-Buyers-Will-Make-Purchases-via-Smartphone-by-2017/1013590>

³Source: BI Intelligence Survey, Feb 2017. <https://intelligence.businessinsider.com/retailers-must-optimize-sites-for-mobile-2017-4>



网站安全

让客户知道您的网站值得信赖

在网站显眼处展示您认证证书和品牌标识，向客户证明您的网站是安全，值得信赖的。

客户在进行网购时，对于网站的安全问题十分重视，而客户判断网站是否安全、值得信赖，首先是通过网站中的相关认证证书或品牌表示作出判断。因此，您需要在网站的首页、产品、购物车等页面中展示以下两类证书，向客户证明网站是安全、值得信赖的：



认证证书

让客户相信您的网站是安全的



品牌标识

让品牌帮助您赢得客户的信任



展示认证证书

让客户知道您的网站会确保他们的个人和财务信息的安全。

研究指出，展示网站认证可以提高客户对在线购物的信心，然而，只有 35% 的商家展示该信息⁴。

认证证书的种类繁多，但一般情况下，您可以出示安全、公司、隐私等类型的证书，让客户知道您的网站是安全的。您可以查看[【打造值得信赖的在线业务】电子书](#)，了解认证证书的更多信息以及其他与在线业务相关的专业建议。



⁴Unbounce.com

利用品牌的强大影响力

在网站的醒目处展示合作品牌的标志，让品牌帮助您赢得客户的信任

根据 Baymard Institute 调查显示，客户对于网站 TLS/SSL 加密技术并不了解，在判断网站是否值得信任的时候，更多是从熟悉的品牌来判断是否值得信任⁵。

因此，您可以在网站中展示合作的支付、货运、防火墙等品牌标识，通过品牌的知名度获取客户的信任。

PayPal 在全球 200 多个国家和地区，拥有超过 2 亿活跃用户，您只需在网站开通 PayPal 付款，即可前往 [PayPal 标志中心](#)，下载 PayPal 品牌标志，展示在您网站中，让 PayPal 帮助您赢得客户的信任。



⁵ Baymard Institute "eCommerce Checkout Usability" (《电子商务结账可用性》) 报告，2014年12月更新。



结账流程

事关网站销售的重要环节

优化结账体验，降低结账流程中产生的弃购率。

结账流程事关客户的结账体验，也是客户放弃购物的高发地带，优化结账流程是一个漫长的过程中，但您并不是孤军奋斗，因为 PayPal 除了可以帮助您快速收款，也有其他产品可以帮助您优化网站结账流程：



更方便的 **PayPal One Touch™**，提升交易转化率



添加快速结账按钮，减少结账步骤



透过参数设置，为客户提供两种支付方式



联合登录按钮，允许非会员进行购物



在结账页面展示您的商家 **Logo**，增加品牌露出

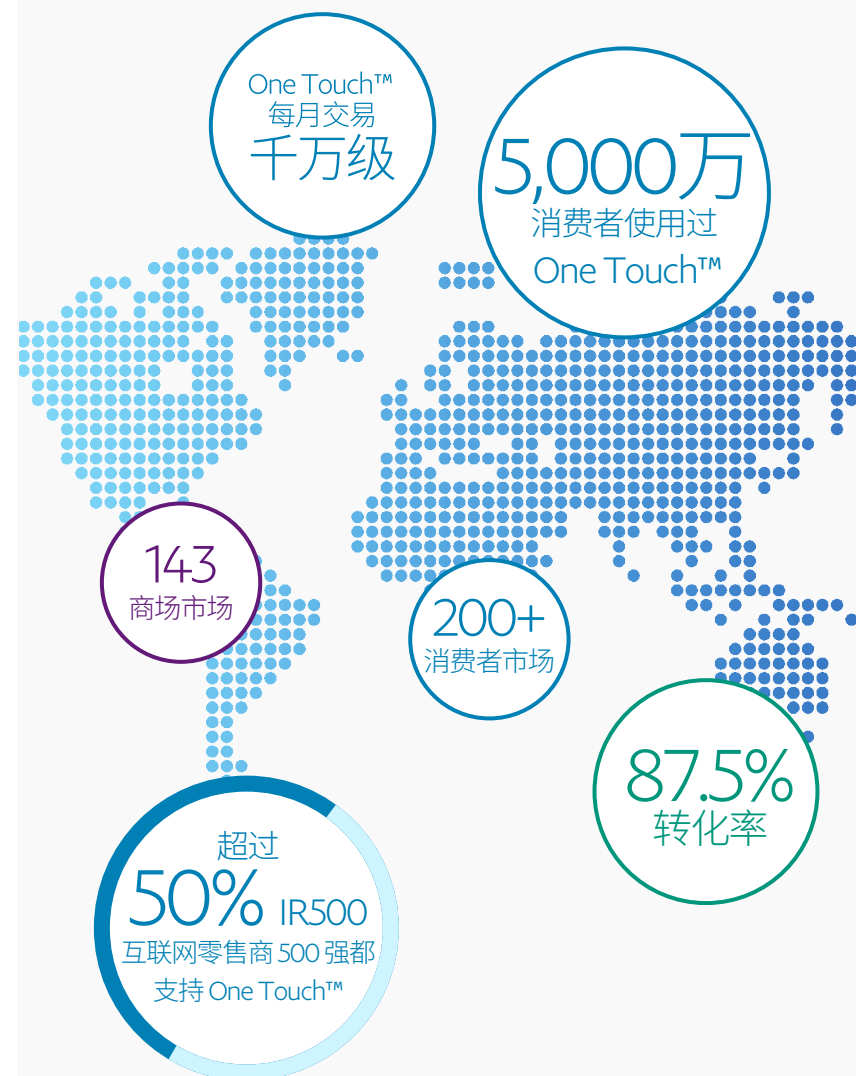


在结账页面显示商品的详细信息，增强客户支付信心

更方便的 PayPal One Touch™

客户只需登录一次，之后不必再登录，方便客户的再次购物。

PayPal One Touch™ 一键支付是 PayPal 为方便客户购物，促进交易转化率所推出的功能。有了 One Touch™，PayPal 用户只需在第一次登录时勾选“保持登录”，半年内，用户在相同设备上在任意商户网站购物，结账时也能省去输入用户名、密码等支付信息的麻烦，也不用等待页面跳转，闪电下单！





添加快速结账按钮

添加快速结账按钮，减少客户结账流程，提高成交率。

添加快速结账按钮的好处在于，可以帮助客户减少的结账流程。您可以将快速结账按钮添加在网站的产品页面、购物车页面，甚至网站首页，让客户可以直接跳转到 PayPal 结账，跳过登录注册步骤，优化购物体验，提高成交率。

另外，在集成 PayPal 快速结账按钮之后，PayPal 会在结算过程中，将买家在 PayPal 账户内预设的发货地址传递给商户后台，这样，可以免去买家在商户网站上重新输入送货地址的操作，简化买家支付流程，提高转化率。

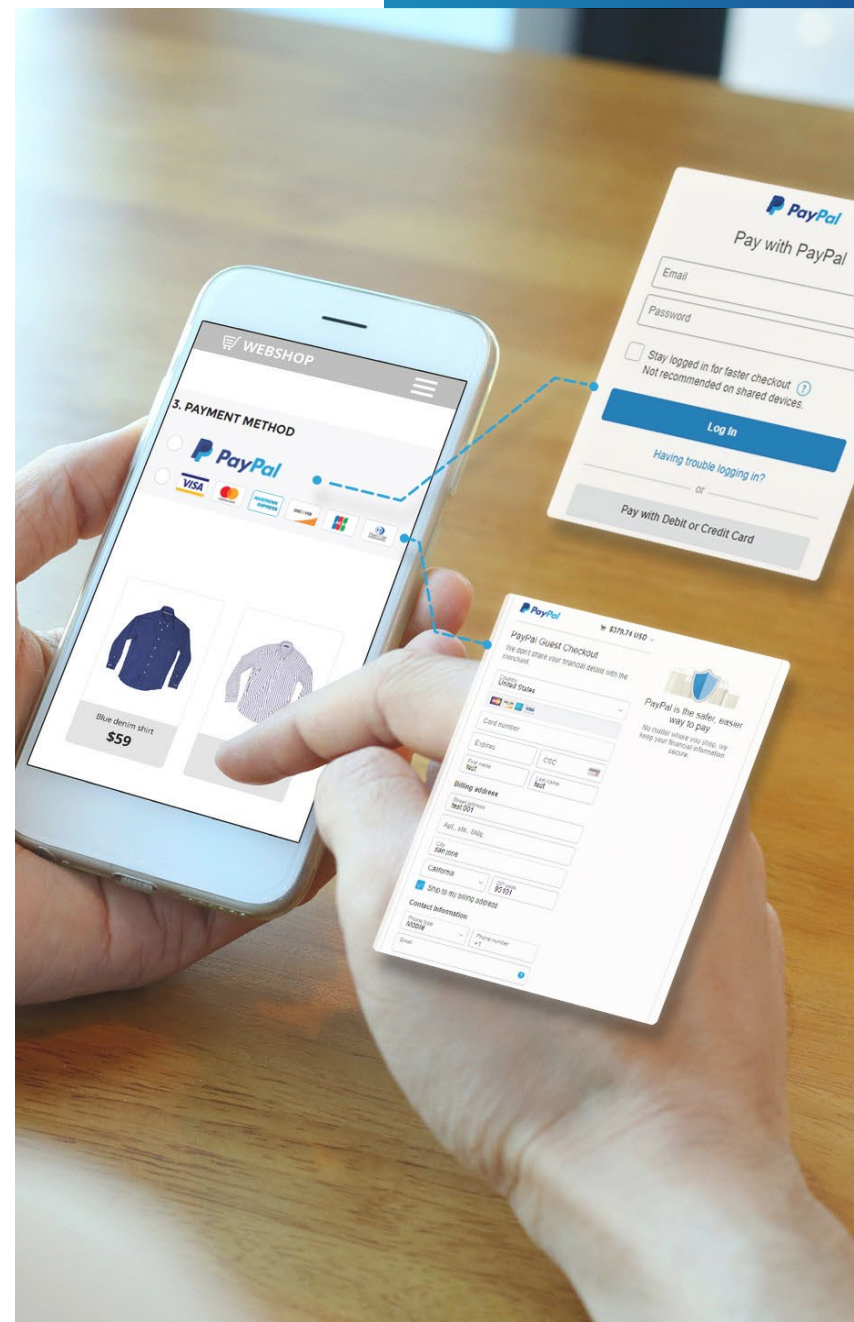
Check out with **PayPal**

为客户提供两种支付方式

通过参数控制，为客户提供账户和信用卡两种支付方式。

不同的客户有不同的用户习惯和喜好，在支付方式也不例外，有的客户喜欢使用 PayPal 购物，也有的客户偏好使用信用卡付款，因此，为客户提供不同的支付方式，可以让更多客户向您购物。

而实现这一情况并不困难，您只进行简单的参数设置，并在支付结算页面添加 PayPal 账户支付和信用卡支付两种图标，即可让客户在支付结算页面选择他们所喜欢的支付方式进行支付。





允许非会员进行购物

客户无需注册，通过 PayPal 账户即可完成购物。

您可以在网站中添加“Log In with PayPal”联合登录按钮，令客户可以使用他们的 PayPal 账户登录您的网站进行购物。



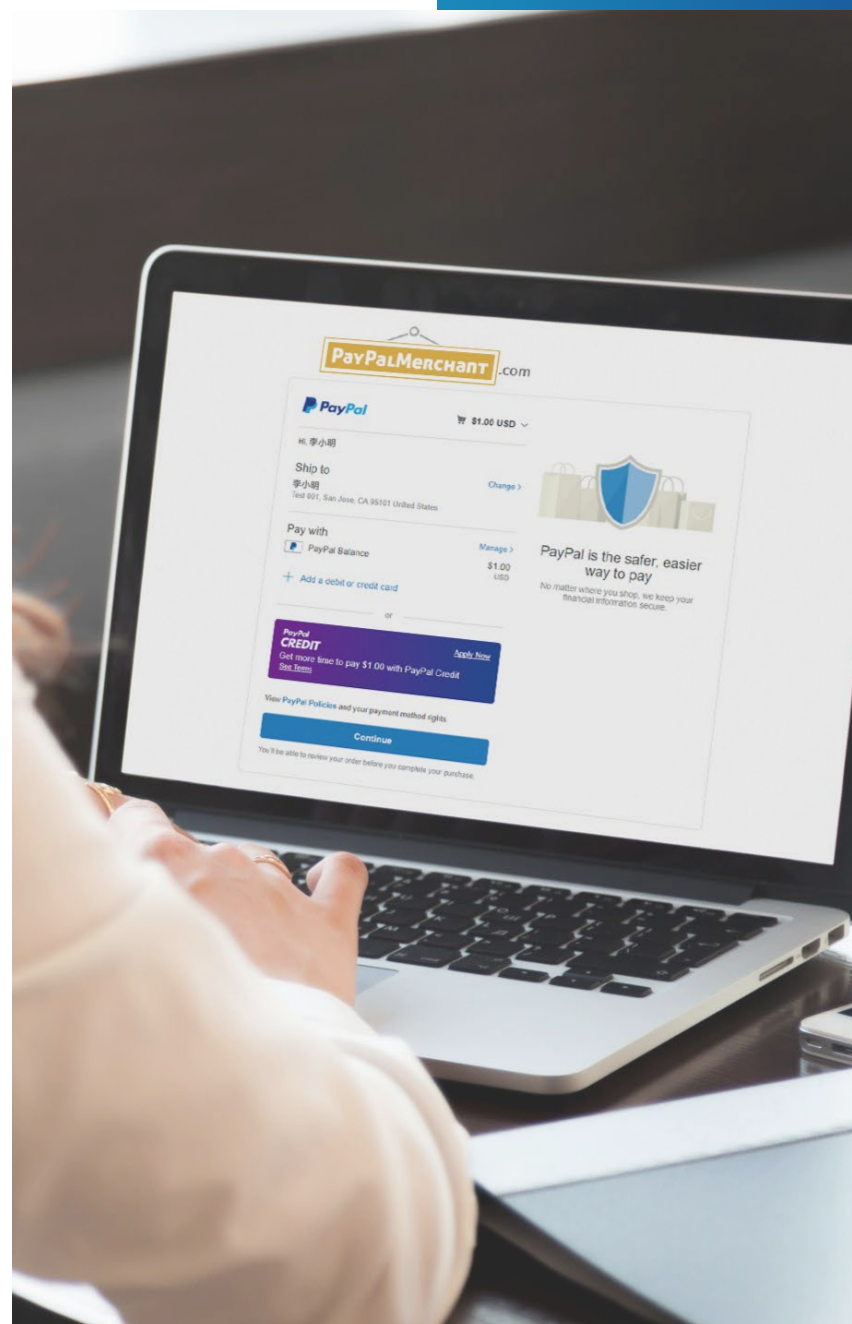
此外，在客户授权后，您可以同步获取客户的姓名、地址、邮箱和电话号码等基本信息，省去让客户再次输入个人资讯的麻烦，也降低客户进行首次购物的门槛。

您可以下载[【降低首次购物门槛，请新客户进门】电子书](#)，进一步了解相关信息。

在结账页面展示您的品牌标志

在 PayPal 结账页面展示您的品牌标志，增强客户对于您品牌的印象。

PayPal 的结账页面不同于其他支付方式的结账页面，您可以在结账页面展示您的品牌标志，这样做的好处在于，令客户快速识别出您的品牌，增强购物的可信度，减少因此而产生的疑惑造成的客户流失，并且加深客户对您品牌的印象。





在支付页面 显示商品明细

在 PayPal 支付页面展示商品明细，增强客户的支付信心。

您可以将订单详情通过参数传递给 PayPal，这样在 PayPal 的支付页面中，就会显示详细的商品明细，这样做的好处在于：一方面，降低部分客户因完全与购物无关的支付页面的支付疑虑；另一方面，方便客户再次确认账单，增强客户的购买信心。

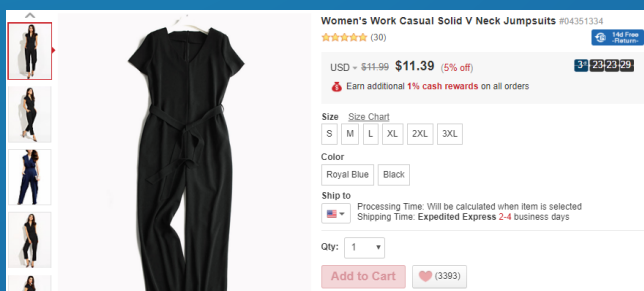


促销活动

勾起客户的购物欲望

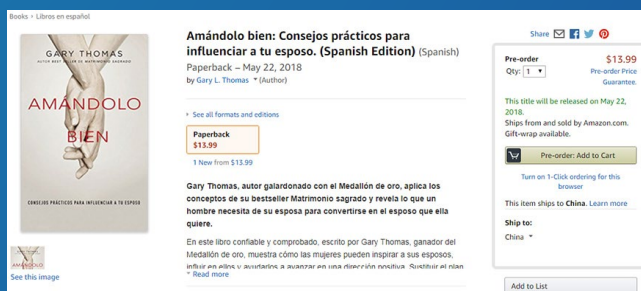
通过相应的营销手段，勾起客户的购物欲望，刺激消费。

当客户进入您的网站，说明他们都带有一定的购物心理，您可以通过不同的促销活动，刺激他们的购物欲望。如果您想在网站上进行促销活动， PayPal 快速结账产品可以支持您进行以下三种促销活动形式：



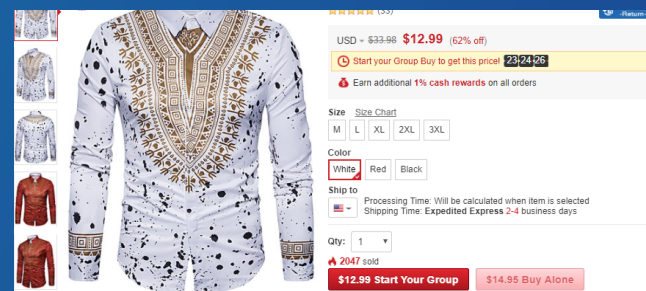
闪购

限时抢购模式，在限定的时间内，以一定折扣的价格出售商品，限时限量，售完即止。



预售

在产品还没有正式进入市场前进行的销售行为，通过预售了解产品是否拥有市场，而预售的价格通常较低。



团购

团体购物，指认识或不认识的客户联合起来，获得最优价格的一种购物方式，实现薄利多销。



获取开发者帮助

上述中，有诸多内容涉及开发者的专业问题，如果您有疑问或想要进一步了解，可以前往 [PayPal 开发者中心](#) 了解 API 对接、参数设置等信息，此外，您还可以在 "PayPal 外贸帮" 微信公众号将问题留言给我们，我们的工作人员会第一时间回复您，帮助您优化网站，为客户提供更好的服务体验。

想知道更多 PayPal 产品信息及跨境电商市场洞察？



" PayPal 外贸帮 " 微信

扫描二维码，关注 " PayPal 外贸帮 " 微信，每周获取最新的外贸资讯、知识与经验分享，更可以关联 PayPal 账号，随时查看账户余额及交易动态，享受 PayPal 的深度服务。



PayPal 外贸一站通

每月更新外贸知识、行业趋势及业务管理技巧，满满的干货，全部免费下载，助您更好地拓展外贸业务。

www.paypal.com/c2/information-hub

请注意：

- ✧ 本文中的信息由 PayPal 编写，仅供参考和营销之用，这些信息不构成任何形式的法律、财务、商业或投资建议，并且不能代替合格的专业意见。
- ✧ 在寻求适当的专业意见之前，您不应该依据本文中包含的任何内容采取或不采取行动，本文的内容包含一般性信息，可能无法反映当前的发展或者解决您的实际问题，对于您根据本文的任何内容采取或无法采取的任何行动，PayPal 不承担任何责任。
- ✧ 虽然本文中的信息是从我们确信可靠的来源收集的，但我们对其准确性不作任何陈述，所提供的链接和其他工具仅供参考，PayPal 对其内容概不负责。本文不为任何形式的第三方产品和第三方服务提供担保或推荐。
- ✧ 消费者提示：PayPal 服务的提供者为新加坡公司 PayPal Pte. Ltd.，且 PayPal Pte. Ltd. 系 PayPal 储值工具的持有者。使用 PayPal 的相关服务应遵守《PayPal 服务用户协议》、《隐私权保护规则》和《合理使用规则》。