

Look Sharp, Look Deep

賦予成功未來



Professional Partner for Your Website Success

WebNibbler 在房仲網站之應用範例

By CCMedia

Don't scratch the surface, scratch deep

Blindfolded? / In the dark? / Lost?

Try WebNibbler

房仲網站之應用範例

完整的服務內容

服務網站之應用範例

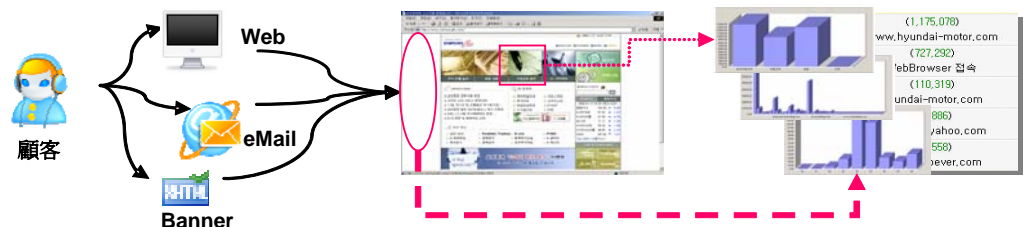
韓國網際網路應用普及，其具領先的網站分析技術不啻應用在網站，也應用於證券下單系統、手機、PDA 及線上即時簡訊等。WebNibbler 在韓國素以強大的整合分析技術居領先地位，於韓國的代表客戶也皆為知名企業，如三星證券(Samsung Securities)、LG 證券(LG Securities)、現代證券(Hyundai Securities)、三星電子(Samsung Electronics)、韓國最受歡迎網路銀行 Hana Bank，知名拍賣網站 eBay、韓國第二大拍賣網站 OK cashbag、現代汽車(Hyundai)等。而以分析工具來了解客戶需求與提昇服務品質的作法上，則是目前韓國經營網站所普遍採取的方式。針對 WebNibbler 建置專案所累積之經驗，茲將其在房仲網站之應用範例整理如下：

■ 檢視不同行銷活動成效，藉以了解各式行銷活動最適當之行銷管道

藉 WebNibbler 提供的外部網站轉介總覽，了解由哪一外部網站所轉介進來的瀏覽網頁數最多，依此結果作為行銷資源配置的初步依據。

透過 WebNibbler 的外部網站特定流程分析，了解在外部網站所推展之行銷活動實質效益，如於入口網站網頁放置相關加入會員連結，透過 WebNibbler 得知最終加入會員成功之訪客比率；同外部廣告效益分析，電子行銷郵件的實質效益同樣亦被檢視。配合相關媒體曝光活動，如於電視廣告播出時段，以網站總覽及首次造訪比率檢視於該時期之訪客數變化，檢視廣告播出前後之效益比較。

圖例：WebNibbler 能分析從不同媒體連結而來的訪客



配合投入成本與實際利潤貢獻的計算，獲得不同行銷活動的 ROI；並以過去依不同行銷管道對不同族群所做的行銷活動 ROI 分析資訊，作為未來選擇行銷活動管道的重要決策參考。

同樣的資訊亦被使用在與外部行銷管道作價格談判的重要依據。

■ 將網站架構及內容配置最適化，讓瀏覽者很輕易地找到相關資訊，以提高再訪頻率、維繫客戶忠誠度

透過首次造訪與再次造訪比率了解客戶基本組成，若再次造訪比率偏低，則進一步研究瀏覽者不再造訪的原因。

藉 WebNibbler 的熱門點選網頁排行，規劃首頁內容，作為改善與調整網站架構內容的依據。

透過 WebNibbler 的網頁路徑分析，檢視客戶瀏覽路徑與網站規劃是否符合，據以改

房仲網站之應用範例

完整的服務內容

善網站架構。

藉由 WebNibbler 平均每次造訪時間及離站網頁排行，判斷客戶對網站內容是否感興趣，據以改善網站內容。

透過分類網頁瀏覽網頁數分析不同網頁主題的點閱次數，評估客戶對網頁資訊的滿意程度。

圖例：網站首頁版位規劃



■ 檢視重要網頁內容使用程度，以利行銷活動及網站改善規劃

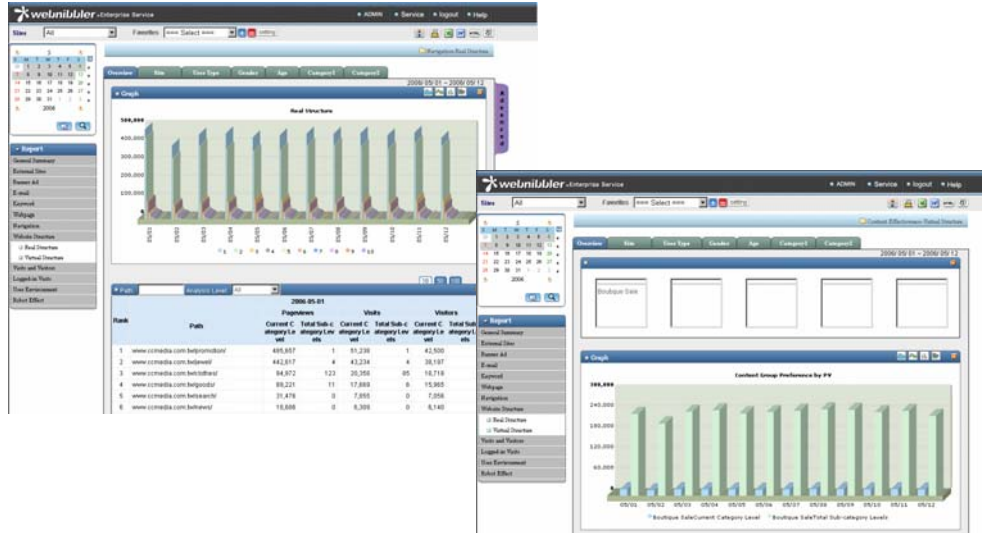
利用分類網頁喜好分析將網站提供的內容分類，了解不同分類主題之使用狀況。

利用 WebNibbler 分類網頁瀏覽網頁數了解客戶的點閱率，分析各網頁分類造訪率高低，並比較實際業績，了解造訪率低者的問題是否純因產品本身的占有率，或是源自於網頁架構內容設計上的缺失，作為未來改善網站架構或產品內容，或行銷活動規劃之依據。

跳脫實體網站架構，以 WebNibbler 分類網頁功能針對企業商業需求進行分析，有效改善網站架構內容。

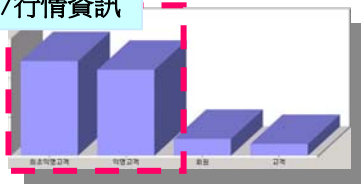
房仲網站之應用範例
完整的服務內容

圖例：WebNibbler 分類網頁喜好分析報表

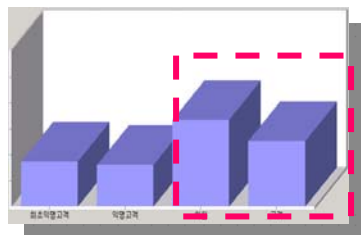


圖例：不同類型訪客對網頁內容的偏好

買屋查詢/行情資訊



財稅規劃/賣屋流程



< 分析 >

初次造訪與非會員訪客對“買屋查詢，行情資訊等”有興趣，而會員與已成交會員則對財稅規劃、賣屋流程”有興趣。

< 策略 >

在非會員關心的類別集中配置可引導登錄為會員的內容，促使會員消費。

■ 加速客戶層次提昇

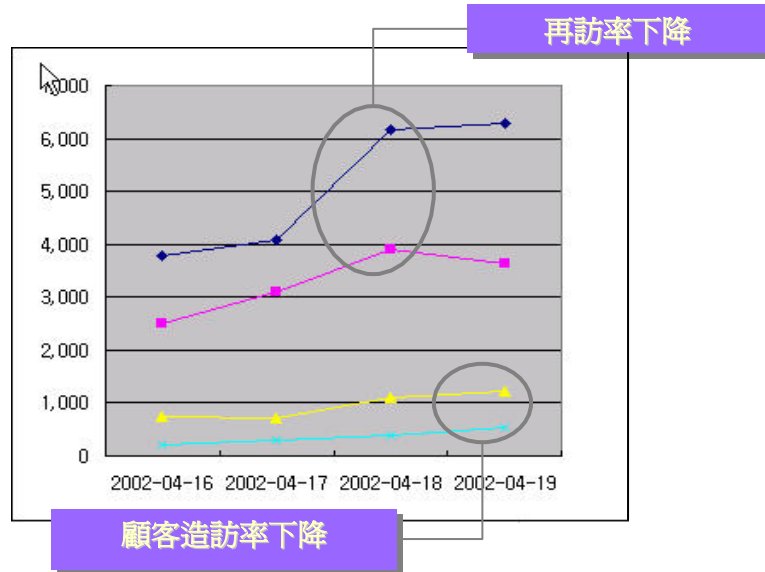
藉 WebNibbler 提供的預設訪客類型—初次造訪者、再次造訪者、會員分析了解各族群瀏覽網站狀況，檢視各族群間轉換率。

以特定流程分析檢視新會員註冊流程到達比率，針對流失率高的頁面，檢討網頁內容並加以改善。

針對手機網站既有的會員等級自設訪客層級，檢視不同等級會員的使用狀況。

針對轉換率低的族群，輔以 WebNibbler 之行銷活動效益，分析檢視網站架構及內容，協助提昇轉換率。

房仲網站之應用範例
完整的服務內容



客戶類型	策略
初訪者	把握初訪者的瀏覽資料，擬訂持續性的誘導策略
再訪者	提高再訪率，強化內容與修正網頁路徑
一般會員	強化網站活動與會員服務

■ 提升優質會員數量

以 WebNibbler 提供的自設訪客類型，區隔會員不同屬性層級。

對貢獻度高的會員，藉 WebNibbler 的熱門點選網頁排行，適當調整各頁內容，以提升服務品質。

透過 WebNibbler 的網頁路徑分析，檢視不同層級會員瀏覽路徑與網站規劃是否符合，據以改善網站架構。

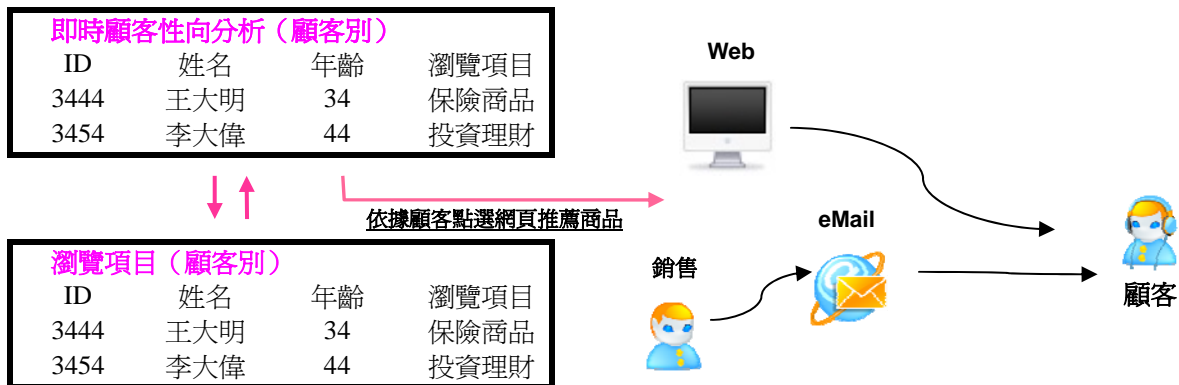
藉 WebNibbler 平均每次造訪時間及平均每次造訪次數，檢視不同層級會員對網站內容的關注程度及造訪網站頻率，作為改善及提升服務品質的依據。

跳脫實體網站架構，以 WebNibbler 分類網頁功能針對不同層級會員的需求進行分析，了解其需求所在。

配合商業策略運用，輔以上述方式檢視為企業政策所重視的客層之瀏覽行為。

房仲網站之應用範例
完整的服務內容

圖例：取得會員分析資料，作為實際業務推廣之參考



完整的服務內容

WebNibbler 提供整合分析各種 eChannel 的技術，並對客戶所有線上行為作完整分析的 eCRM 解決方案，其領先的分析技術不僅能應用在網站使用行為，更可應用於 e-Mail、線上即時通訊軟體、證券下單系統、手機 WAP 及 PDA 系統等。



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.ccmmedia.com.tw

E-mail : webnibbler_sales@ccmedia.com.tw