



## 網站推銷員應用技巧手冊

---

最好的輔助工具，尚須有正確的使用觀念，在您要使用網站推銷員之前，請先閱讀本手冊。

---

## 網站推銷員簡介

網站推銷員是一套類似像 MSN、ICQ、即時通...等的傳達訊息軟體，而主要特點是針對來訪的網站訪客，可與其主動聯絡，且訪客不需要下載任何軟體或外掛，就可以與其交談或對話，改變了傳統只能夠被動等待訪客聯絡，才能創造業績。

因網站推銷員，訪客不需要下載任何軟體與外掛，且只要點擊該對話人員即可使用，比起其他傳達訊息軟體更來的簡便，網站客服人員還能輕易瞭解其網友的行進軌跡，且讓不願意加入客服人員 MSN、即時通的網友，或沒有使用傳訊軟體的網友，也能夠輕鬆的受到網站的客服服務。因此網站推銷員除推銷之外，同時也是最佳的網站客服軟體。

網站推銷員主要針對有效族群來訪的網友，因此一向是與關鍵字廣告搭配的利器，國外與網站推銷員相同屬性的產品，在全世界皆證明確實有效，並且證明是與關鍵字廣告搭配的最佳組合。

台灣其實早已有其他業者引進類似網站推銷員的軟體，但因國人上網的習慣與外國人的上網習慣差異頗大，再加上台灣的網路行銷相關 KNOW HOW，都來的比國外晚，因此往往沒有足夠的網路推銷相關知識，因而成效有限。網站推銷員為此特別針對國人上網的習慣，作了程式的改良，讓用戶更加得心應手。

但再好的工具都只是輔助品，只有勤於操作與檢討，適時修正方向，才能使客戶獲得最大效益，因此在您操作網站推銷員的同時，誠懇的建議用戶，能夠確實的詳讀本操作手冊，雖本軟體操作性非常簡易，但推銷是一門學問，而網路推銷更是最新的 Know How，因此本網站推銷員手冊，除了功能說明外，更將網路推銷的應用經驗 Know How 告知用戶，使用戶能夠確實提升業績，進而使客戶獲取廣告投資的最大效益。

## 網站推銷員基本觀念須知

台灣的 YAHOO 搜尋引擎跟國外搜尋入口比較，台灣 YAHOO 算是全世界最成功的，而世界拍賣老大 Ebay 也敗給了台灣 Yahoo，而早在國外流行的關鍵字廣告，台灣也是這一兩年才流行，而今年時代雜誌發表的 Youtube 影音自拍部落格，來到台灣一樣行不通，因此台灣的網路生態算是非常獨特，尤其網路行銷 Know how，在台灣遠遠比外國來的慢上不少。

而目前類似網站推銷員的網路行銷工具，在許多國家都已經非常流行，甚至應該用普遍形容，其實台灣早有業者引進類似軟體，但在台灣卻鮮少商家使用，誤以為跟一般的 MSN 即時通等差不多。非常類似三年前的關鍵字廣告模式，因此網站推銷員雖然早已製作完成，但一直致力於實驗與測試，直到現今關鍵字廣告已成為普遍行銷後，才在台推出上市。

網站推銷員，又稱 IM 軟體，其功能說簡單一點，就是像 MSN 一樣的聊天軟體，最大不同的地方在於，網站業務人員可以對訪客進行主動邀請，就好像你到了我的網站，而我就可以 MSN 訊息給妳一樣的意思，另一個特點在於，訪客完全不需要安裝任何軟體或外掛，也就是說一般的訪客，來到提供網站即時客服軟體的網站，可以進行主動的業務行為，而不需要被動的等客戶聯絡。

這樣的好處與商機是什麼？大部分利用關鍵字的訪客，商家都是需要花廣告成本的，根據一般網友的行為，卻不會來到商家的網站，就立刻決定聯絡或購買，通常會比較很多家，比到一定的耐心程度或自覺瞭解到一定程度後，決定訪客要跟哪家進行業務洽談，或下訂單購買，而此點我們稱為網友培養對網站信任度階段，試想您或您的同事朋友在使用網路的習慣，是不是大部分也是如此呢？

因此我們可以知道，網友的耐心是有限的，也因此關鍵字廣告曝光率越大之下，當然可能成交的件數也會越大，然而唯其成交率，卻是比較難掌控的，而此時若能妥善運用網站推銷員，便可輕鬆達到有效提高成交量的艱困任務，在配合關鍵字廣告下，網站推銷員的效果更容易明顯的突出，雖然關鍵字廣告大家都瞭解其重要性，但卻很少數人知道，搭配網站推銷員，將可確實有效大幅提升其成交量。

一般台灣商家認為其功能與 MSN 並無多大區別，但大多數的網友，在觀看商家網站時，大部分都是屬於培養對網站信任度的階段，因此大多數還

不會加入商家的 MSN 或即時通進行聯絡，再者台灣還是有很多人不用 MSN，甚至不少公司直接禁止 MSN，大多數傳統商家的網站，只提供傳統的電話，但要叫客戶拿起電話撥打，當然更為不易，因此網站推銷員的確為解決這些問題的媒介促進了不少作用，進而達到可以提高成交量。

為何網站推銷員可以有效提高成交量：1.化被動為主動、2.即時性的客服提升網友方便性及滿意度、3.非常適合用來作市調以提升網站購買率。

而以我們的實驗網站經驗來講，在不變動訪客人數的情況下，能有效提高網站的來電數或訂單數，為此我們實驗了幾個友好廠商且具有人氣的網站，並作了以下的實驗：

我們主動敲擊客戶，並詢問：有什麼是我可以幫助您的呢？

而我們卻這樣得到的結果：大部分的網友，不理會居多，就算點進來了，可能也很快就跑走，基本上我們自己的感覺，雖然仍可以提升業績，但效果很有限。比較有用的反而是客戶主動詢問，變成客服的作用大於主動推銷的作用。

在實驗過程裡，我們不斷嘗試邀約語句的更換，看哪一種可以引起網友的最大反應，並且歸納整理後，我們發現了以下的初步心得：

我們發現可以用調查的方式，會明顯提升網友接受訪問的意願度變高，並且網友只要接受了訪問，購買率也明顯提升。因此我們作了一個調查，以下為範例：

邀約語句：歡迎您來到本網站，為了能夠更進一步加強提升網站服務的品質，希望能夠向訪客作幾個簡單的問卷調查，如您不想被打擾，請按：拒絕對話，若您願意協助我們，請按：接受對話。

訪客進入後，我們詢問以下的問題。

1. 您今天來本站會購買本站的產品嗎？
2. 如果不會的話，那原因是什麼，我們應該怎麼改進，才能夠讓您購買本站產品的意願度提高。
3. 本站有沒有什麼您覺得應該改善或建議的地方。

我們發現這樣問的話，通常得到的答案是會的原本就會，其他的很多人都

是逛街或殺價的心態，基本上不會馬上決定，雖然這樣問比：我們能幫助您什麼？效果有更好，但我們並不滿足，因此，在更多實驗後，我們又改進了方法，方法如下：

邀約語句：歡迎您來到本站，爲了能夠更進一步加強提升網站服務的品質，希望能夠向訪客作幾個簡單的問卷調查，如您不想被打擾，請按：拒絕對話，若您願意協助我們，請按：接受對話。如願協助我們，在問卷完畢後，我們將給予您本站老客戶優惠的資格喔。

以上僅是我們其中示範的一種範例，我們嘗試過很多種方法，但發現這樣的方法是最好的，而進入訪談後，我們準備了固定的問題及回答，以下爲範例：

HA～您好：謝謝您願意協助接受我們的訪問。以下有幾個問題，麻煩您閱讀完畢後，將答案給我們，當問卷做完後，我們將送予您老客戶資格喔：

1. 您是第一次來到我們的網站嗎？
2. 請問您之前有聽過我們的網站嗎？
3. 您知道購買三千以上即可成爲本站的老客戶，並可享老客戶優惠嗎？
4. 通常您怎麼到我們的網站呢？
  - A. 搜尋引擎
  - B. 廣告站（請告知哪個廣告站）
  - C. 搜尋關鍵字（請告知哪個關鍵字）
  - D. 朋友介紹
  - E. 我的最愛
  - F. 打網址
  - G. 其他（請告知是什麼方式）
5. 您是否聽過買非原廠的耗材可能使機器壽命縮短，甚至可能損害人體健康？
6. 您是否知道本公司，對消費者的三大保證：1.絕不損害機器、2.同等級產品價格最優惠、3.同等級產品速度最快？

7. 如果您想在本站買幣的話，您是否知道如何在本站買幣的方法？
8. 請問您今天是否會購買我們的產品？如果不會的話理由是什麼呢？  
（最後一題，答完此題後，您將享有本站的老客戶優惠。）

謝謝您以上的協助，以上我們已經都做完調查，關於您回答的部分，如您有興趣知道的話，請參閱我們以下給您的答案，為感謝您配合我們的問卷調查，如您今天就購買的話，將可立即享受老客戶的優惠價購買。

關於對您的問卷，本站提供了如下的解答：XXXXXXXX

基本上我們都會等訪客回答後，才會繼續問下一個問題，有時候訪客中間會插嘴，這時候可以跟訪客解釋一下，但還是要把訪客拉回來。當七個問題都問完後，我們就知道訪客對我們的網站的瞭解，即不購買的原因點大部分落在何處，並且在問完問題後，將他所問的不知道的問題，提供解答，這樣的方式購買率又比之前方法提高。

而這時候我們發現，很多我們覺得客戶應該會曉得的問題，但客戶明顯不曉得，因此我們依照客戶的不購買的原因，直接改變網頁排版或內容或公告等等，將客人最想要知道的問題，放在網頁最清楚的地方，這樣一來網站的購買率又直接提高。

而我們也將我們的經驗心得做成如下：

1. 人工邀約是比較好的，當已經有對談對象後，不要再邀約其他人，專心服務好一個准客戶，效果會好的多，當然如果您有自信，打字反應各方面都夠，才去作一人以上的交談，因為好不容易邀約來的准客戶，是很沒耐心等待客服人員的龜速，而自動邀約的話，除非有把握有絕對充足的人手，否則人家進來後，卻無法即時提供服務，反而會引起反彈的。
2. 不要問有什麼可以幫助客戶的，因為對客戶來講，他還不夠信任您的網站，若突然彈出視窗邀請，其實是我們在打擾訪客，但推銷原本就帶有打擾意圖，只是網路推銷根據我們的實驗結果，大部分網友都蠻能接受的，因此要認清我們的確是在打擾，有實質的進行推銷行為，沒有人喜歡被推銷的，因此如何用方法、流程、話術，降低訪客對推銷的防禦性就相當重要，試想在現實的社會上，一個推銷員向您詢問：請問有什麼我可以幫助您的嗎？是不是讓人啼笑皆非呢？

3. 要一直實驗什麼樣的邀約語句，能夠帶給網友興趣，提高邀約成功率。
4. 想要提高邀約成功率，如能夠給點好處的話，就會容易很多，而此好處很可能是他要購買後才能有的，或是成本相當低但網友有興趣的，因此對網站來說是很容易提出的。
5. 讓客戶幫助你，遠比妳幫助客戶效果來的好太多。因為妳給了網友一個好處：助人為快樂之本，他是來幫您的，不是被您幫忙的。
6. 要瞭解到這是推銷，會有挫折感的，更要清楚明白就算連續幾十位以上的訪客不接受邀請對話，都是很正常的事情，如果今天是現實面的推銷，可能遠遠比網路推銷難上  $N$  倍，一般來說網站想要再提升一成的業績都是很了不起的，如果今天能靠網站推銷員，快速提升好幾成甚至是以倍計算的業績，都是相當成功的，心態是非常重要的，要瞭解到您是在作推銷，而非客服，如果沒有這種心態的話，那網站推銷員的效果您將發揮不到十分之一。
7. 如果您的產品具有回購性質，當您這樣服務過您的顧客後，會很明顯發現，就算停止使用網站推銷員，營業額仍然比過去好，因為等於您增加了老客戶，您提供一次的服務，卻可以帶動客戶未來  $N$  次的消費，當然完全不可以停止使用網站推銷員，只是藉此說明舉例。
8. 訪客對於等待我們的回覆，並不具備很大的耐心，因此一定要善用快速回覆系統的功能，將比較有可能的問題與答案，都要事先準備好，等網友一回答，就可以讓他又看到新的問句，減少網友等待時間，也等於加長他留在對話的時間。
9. 我們的回覆，有時候也要人性化一點，推銷員本身就是要人家覺得比較有感情一點，除了制式化公事外，偶爾不妨也幽默一下，將大幅提升訪客的信任度。
10. 業務人員的電腦，可備音訊或視訊，如有需要，有些客戶希望能夠看到公司情況或產品情況，雖然這種客戶不多，但如有發生此種情況，則可大幅度提高網友對網站的信任度。
11. 當訪客訪問較多的網頁後，主動邀請的成功率會更高。主動邀請，講究適時主動邀請，而非訪客一進門就立即邀請。

12. 並非所有的產業都適合在網站上成交或詢問，有些產業，只要想辦法要到聯絡方式，就算成功了，其他的還是要靠傳統拜訪簡報的方式。
13. 利用網站推銷員調查不購買的理由相當重要且實用，因為此調查可以作是非題，也可以作選擇題，因此經常容易得知，為何客戶不購買的理由，針對大多數客戶不購買的理由，加強網站服務的功能，是相當關鍵的。

雖然各行各業使用方式均有不同，但推銷的原則是不會變的，其實網站推銷員不過是將傳統的推銷搬到網路上來而已，而若使用關鍵字的客戶，其需求已經產生，自然可以事半功倍，推銷本身就必須要實驗並將方法加以改善，然而網路推銷最大的好處如下：

1. 大幅度降低怯場行爲。
2. 經過實驗後的話數方式與流程，可快速交給公司每一個人，甚至是新員工都很好上手，大幅度降低艱難的業務訓練。不但比傳統推銷簡單，還比電話銷售更爲容易 N 倍，這點是完全顛覆傳統推銷。
3. 效率超級好，善用設定好的話術，可輕易一對多。
4. 若沒馬上成交，也可培養形象，且訪客日後可以輕易的再度找到網站。

因此網站推銷員，初期使用的人最好能有業務能力先行研究，實驗再製作話術流程規則，將方法交給行政人員，這樣才能夠更有效率的運用。提高一倍業績真的不難，難就難在一開始是否願意花心力去實驗去瞭解，去製作一套話數，一個快速回覆系統，一個完善的網路推銷流程。

網路推銷既然是一個新方法的推銷，初期都容易會產生新的挫折感，最怕的就是實驗一下下後因害怕，然後自我催眠效果不佳，然後再也不改善研究，那只能說，日後可能您的競爭對手都在用網路推銷技巧後，您的關鍵字廣告成本將比現在更龐大（因為客人都被搶光了）。

看到這裡，您瞭解了網站推銷員跟 MSN、即時通的不同了嗎？網站推銷員完全是把推銷搬到網路上，而 MSN 只能作到客服的工作，而包括開發軟體的我們，將會陸續對網路推銷這門學問加以研究實驗，並且開發出讓用戶更容易使用的方法，讓客戶輕鬆完成網站推銷，達到確實提升業績。

在網路上進行推銷，您準備好了嗎？



## 快速回覆系統應用

瞭解了網站推銷員本質心態後，再來我們就邁入實戰作業了，首先先設定業務員的名片資料，及歡迎語句。這邊就好比我們當業務員穿西裝打領帶一樣，是最基本的第一印象。

業務的名片資料，可以是圖檔，也可以打字，端看用戶選擇。

設定兩個最基本的資料後，再來就是設定快速回覆系統，快速回覆系統，有點像話術一樣，一定要分類，把最常用的問句跟答案，都先設定出來，以下我們建議幾種分類方式：

1. 邀約語句分類：所有的邀約語句，建議第一個分類，方便快速發言實驗管理。
2. 業務語句分類：訪客進來後，要跟訪客講哪些話，順序如何，建議第二順位。
3. 回答分類：根據業務話術詢問後，依照訪客的回應，快速給予回答，建議第三順位。
4. 狀況分類：訪客不依照業務話術流程規則走的時候，或臨時提出其他話題時，我們的話數回應，建議排在第四順位。
5. 產品分類：如果您的產品蠻專業的，並且有眾多產品規則又不相同，需要向客人解釋，可以在此設定一個專業分類。
6. 客服分類：如果是客戶主動點擊，他可能詢問的問題部分，可在此作一個分類。
7. 公司基本資料：公司名稱、電話、住址、統一編號、聯絡方式、等等。

以上，其中一開始的邀請語，是最難想的，且邀請語的方法，也牽涉到後面回答的可能，但只要踏出邀請語這一步後，後面就簡單多了，以下提供一些邀請語作為您的參考：

1. 歡迎您來到本站，如果想進一步瞭解價格，請按接受對話，我們專人將為您作即時線上報價^^。
2. 歡迎您來到本站，有法律疑問嗎？請按接受對話，我們專人將為您作即時線上解答您的疑問^^。
3. 歡迎來到本站，本站現舉辦市調，如您能配合本站進行市調，為感謝您本站將於調查完畢後提供您神秘禮物，如願意接受調查請按接受對話，如不願意，請按拒絕對話。

4. HA～我是本站的業務 KING，歡迎您來到本站，如果可以的話，是否方便讓我做比網頁上更詳細的解說，如您願意請按接受對話，如不願意，請按拒絕對話。
5. 感謝您參觀本站，因為您在本站已經停留了一些時間，因此我們冒昧的邀請您，是否方便由我們的業務專員為您提供更詳細的解說，如您願意請按接受對話，如不願意，請按拒絕對話。
6. 想要知道怎麼買冷氣嗎？只要您告訴我：房間坪數的大小，及其他您想要的需求，我們將立即提供您如何買冷氣的資訊、及價位，如您需要的話請按接受對話，如不願意，請按拒絕對話。
7. 您好，我是本站的業務 JASON，需要買 PDA 嗎，不用在比了，按以下接受對話，直接給您最優惠的價格。如不需要，請按拒絕對話。
8. 您好，我是本站的室內設計裝潢師 Jessica，網頁上的資料，只能夠讓您瞭解本站的作品，如有需要瞭解您的家中應該如何設計裝潢的話，請按以下的接受對話，如不需要，請按拒絕對話。
9. 我是專業搬家的 Peter，搬家怕受騙，價格怕太高？如何可以不被騙，給我們一個機會，讓我為您作線上解說，如願意的話請按接受對話，如不需要請按拒絕對話。
10. 想要給情人一束最浪漫的鮮花嗎？按下接受對話，現場視訊讓您直接選擇您想要送給情人的花束，並直接報價喔，讓您免除選花的煩惱，趕快按以下的接受對話吧，如不需要的話，不好意思打擾了，按拒絕對話視窗就會關掉囉，謝謝^^。

以上是各式的範例，由於各行各業不同，建議多準備幾組邀約語句，並嘗試其效果，能建立提高成功邀請的語句是使用 WEBSALES 的最重要的一步。

訪客接受邀請後，代表已經成功的跨出第一步，再來當然要再接再厲，當訪客進來後，如果不知道要說什麼，那就完蛋了，當訪客進來後建議在最短的時間內引起訪客的興趣，例如用一連串訪客可能有興趣的問句，以下以冷氣通路商為例：

1. 您好，我是 KING，麻煩告訴我一下，您想要安裝冷氣房間的坪數，此房間是否有窗戶。
2. 那是否有要指定冷氣要哪個牌子，例如：XX，XX。

3. 請問您比較重視冷氣的哪部分：省電、滴水、噪音、負離子、價格，如不知道的話，請告訴我都覺得很重要即可。
4. 目前最新的變頻式冷氣，每各月大概可以省下 XX 的錢的電，但冷氣價格要比一般傳統的冷氣多大概一倍，請問以您的預算來說的話是否考慮？
5. 您有想要購買的最高預算多少嗎？或者只要東西實在多少錢都會考慮。
6. 我們將以上的資料都已經收集起來了，可以的話是否能方便留下您的大名跟聯絡電話或手機，待我們系統整理好後，我們將發送簡訊給您，把適合您的冷氣的機型與價格給您作參考，謝謝您配合我們的調查。

以上這樣的方式，是在邀約時可以用，提供免費諮詢並提供所需資訊，並且將資訊用簡訊方式給客戶，完全不打擾客戶的方式，但這樣卻可以得到此客戶的聯絡方式及買需要的產品、預算，這時候在打電話給客戶，就簡單多了。

各行各業方式不同，詢問句是很好的方式，也可以直接在對話中，要求客戶下單，或在對話中要到電話及需求，端看貴公司的產業而論。

## 附註：同業軟體比較

### 網路推銷員與同業軟體比較表：

比較內容	網路推銷員	其它同業產品	
網路環境	網路推銷員架設於獨立 1U SERVER，代管於內湖科技園區的是方電訊，頻寬品質穩定，對國內外皆快。	參差不齊，多家同業甚至國內無主機，其主機在大陸或其他國家等地，速度非常不穩定且慢，更有斷線連不上的可能。	
資料安全	Raid 備份。	Raid 備份或無備份皆有	
開發語言	C++	.NET	PHP
安全性	<b>最高</b>	較高	一般
速度	<b>快</b>	普通	普通
效率	<b>最優</b>	較優	普通
支援擴展性	<b>強</b>	普通	弱
開發技術	高，需要精通於 C++ 和有豐富的開發經驗。	普通，只需要懂上層的網頁開發即可。	
支援大流量網站	在大流量網站的運行穩定，線上訪客不限制。	系統不適合大流量網站，訪客過多時速度就會慢下來，甚至癱瘓。	
總結	C++ 程式運行效率高，穩定性強	JavaScript ；低效，屬於解釋執行的，只能進行簡單運算	

### 網站推銷員與 MSN、即時通等工具比較

- (1) MSN、即時通等作為個人的聊天工具，每個人一個號碼，如果是員工離職將號碼帶走，也就帶走了客戶資源；並且使用 MSN 的員工可以進行私聊，影響工作。
- (2) MSN、即時通等在進行對話時，需要每進行一個對話就打開一個對話視窗，如果同時與十多個人對話，客服人員將很難兼顧到每個對話客人，勢必會造成潛在客戶資源的流失。
- (3) MSN、即時通等需要客服和訪客雙方下載安裝通訊軟體。網站推銷員系統是基於網頁的即時通訊工具，訪客無需下載任何外掛程式就可與客服進行對話，大大拉近了訪客和網站客服人員的心理距離，降低了訪客和客服人員進行聯繫的門檻，可以讓更多的潛在訪客更容易的和客服進行聯聯絡。
- (4) MSN、即時通等的對話歷史紀錄對每個號碼單獨進行管理，使用者可以隨時刪除歷史對話紀錄；而網站推銷員系統的對話歷史紀錄是統一進行管理的，對企業來說是一套穩定的客戶檔案，企業管理人員可以對該紀錄進行全面的查看分析和統計；不但可以監督員工的對話，杜絕私聊，還可以發現並找出員工在對話過程中的問題，說明其端正服務態度，提供其業務水準。
- (5) MSN、即時通等不能主動邀請網站訪客對話。網站推銷員系統的網站客服人員可適時對訪客發起主動邀請對話。