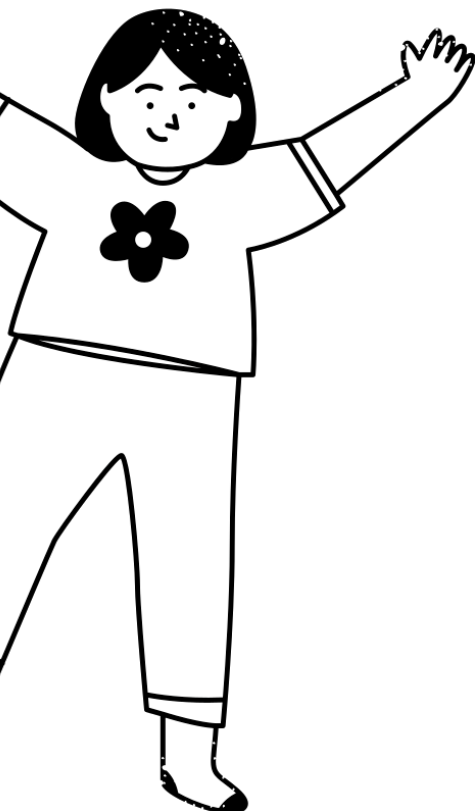


# 建立品牌 忠誠顧客

輕鬆提升回購率



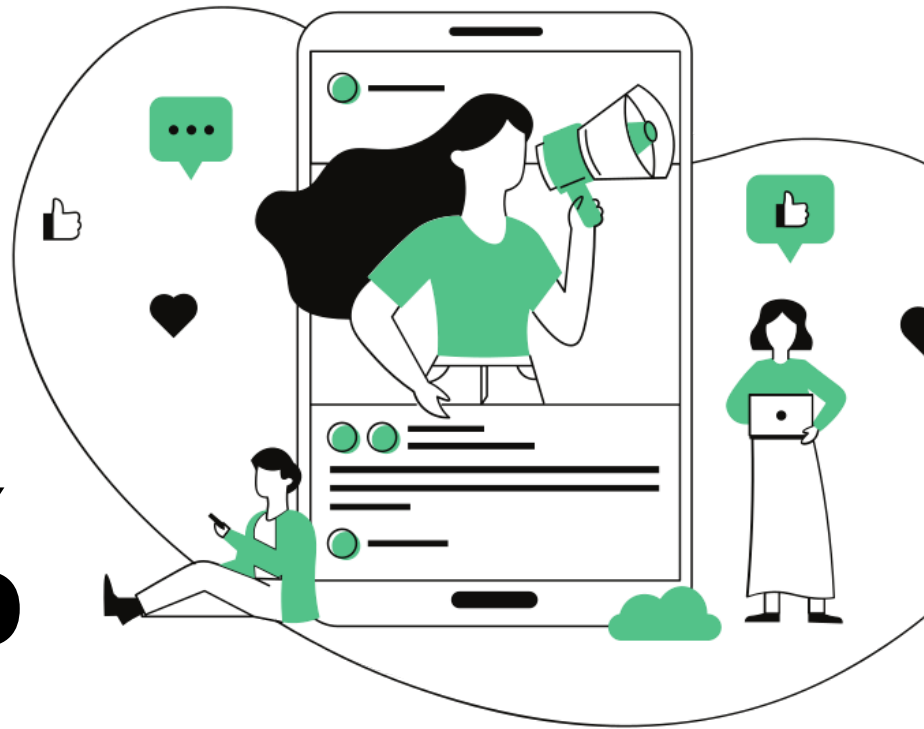
你知道嗎？

開發一個新客成本  
是維持老顧客的 5 倍

《哈佛商業評論》



# 80/20法則



前20%  
忠誠顧客

貢獻了品牌**80%**的業績



# 3

步驟

告訴你如何做到

# 有效溝通

## 實現

## 業績成長



# Step 1.

# 整合顧客資料

疫情加速使全球數位使用率大幅提升，一個人一天所能觸及到的媒體和社群可能就有數十種的排列組合選擇。一段完整的消費者旅程可能就包括 **Facebook**、**Google Search**、**Instagram**、**LINE**、聯播網廣告、短影音。

## 善用智能CRM系統

蒐集和分析顧客相關的資料  
透過不同社群通路的**API**進行整合，  
將不同渠道的消費者資料整合串接，  
導入單一全通路訊息平台。

# Step 1.

# 整合顧客資料

## 善用智能CRM系統

追蹤顧客行為軌跡，匯整零散的顧客旅程，了解品牌在不同階段的主要受眾，進行精準溝通，給予顧客更細緻以及個人化的服務。



## 細分化特殊化 讓客戶更有被重視感

# Step 2.

## 標籤分類 分眾溝通

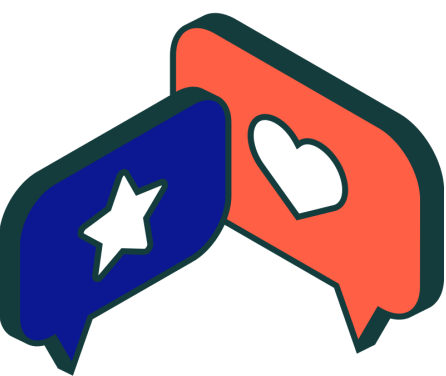
為了落實細緻的個人化服務，從顧客與品牌首次互動起，逐步在互動中進行貼標，能讓客服在對的時間點說對的話，把握每一次接觸點，進而達成提升轉換及顧客忠誠度。

針對不同價值的顧客，分眾經營。讓企業可以輕鬆地在符合成本的前提下，落實顧客關係管理。



### 數據分析 智能貼標

使用智能**CRM**系統為顧客進行貼標分類，建立統一的數據與定義之後，能減少行銷/客服人員對於不同顧客產生定義不清或標籤雜亂的問題，同時節省人力手動標籤的時間成本。透過標籤分類，分眾溝通。

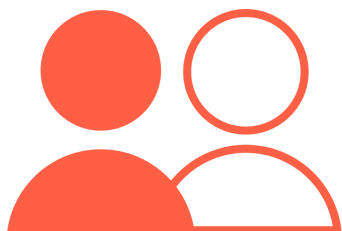


# Step 2.

## 標籤分類 分眾溝通

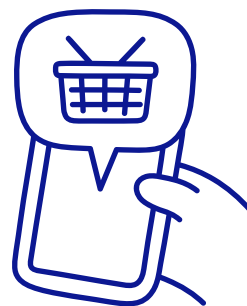
### 客戶標籤的類型

01



基本分類

02

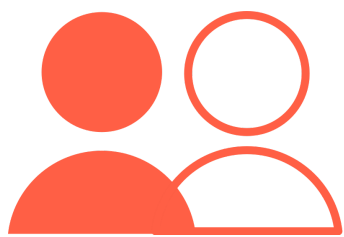


行為分類

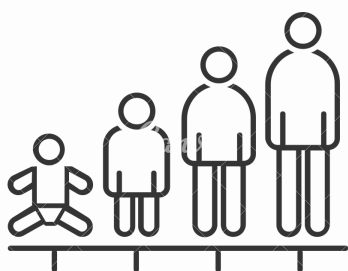


# Step 2.

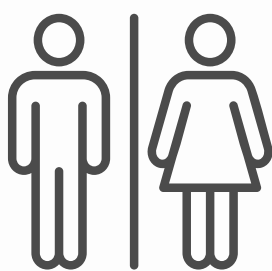
## 標籤分類 分眾溝通



### 基本分類



年齡



性別



居住地



身分



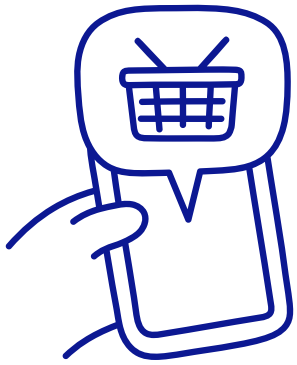
家庭成員



職業

# Step 2.

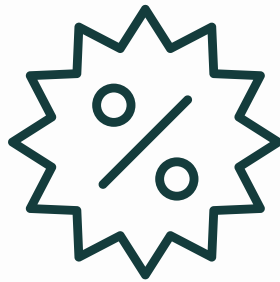
## 標籤分類 分眾溝通



### 行為分類



消費頻次



購買金額



商圈



互動時間



互動頻次



點擊廣告

# Step 2.

## 標籤分類 分眾溝通

### 客戶標籤應用

01

與家庭成員同住/已婚



情人節/父親節/母親節

節慶活動精準推送



# Step 2.

## 標籤分類 分眾溝通

02

消費頻次低 & 消費金額高

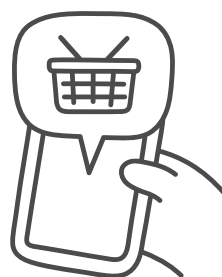


專屬『滿額』優惠

提高客戶消費金額

03

廣告點擊高 & 消費頻次低



購物車/廣告商品再行銷

提醒顧客替購物車/廣告商品結帳，提升成交率

# Step 3.

## 人機協作

### 善用智能客服機器人

自動回覆機器人，你的**24/7**客服人員

訊息推播機器人，為公司全天候自動推銷

智能客服結合真人客服，幫你維護**1對1**的顧客關係



真人結合數位工具  
創造完美客戶體驗

智能系統能為客服人員提供合適的解答，減少顧客問題的平均處理時間。搭配跨領域對話、上下文關聯以及多輪式對話等功能，能大幅降低客服人員回應基本問題的時間，讓客服人員能專注處理更為複雜的顧客問題與事件。

# 重點整理

## 1 整合顧客資料

不論顧客如何改變溝通渠道，企業都能辨識出顧客身分，分析價值並記錄顧客行為。

## 2 分眾標籤管理

針對不同價值的顧客，分眾經營。讓企業可以輕鬆地在符合成本的前提下，落實顧客關係管理。

## 3 真人結合智能

減輕客服人員的工作負擔提升效率，客服人員專心為顧客提供有溫度的服務，才能落實顧客關係管理的效益最大化



# 想了解更多智能工具 如何幫助品牌建立忠誠顧客



**Ai3-人工智能Qbi**  
@QbiAI3 · 網路公司

追蹤中

追蹤按讚**Ai3-人工智能Qbi**

