

电子商务：用户体验决定客户忠诚度
电子商务师考试 PDF 转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/619/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_619265.htm “用户体验” (User Experience，简称UE或UX)是指用户在访问网站的过程中，对网站界面、功能、相关信息的可读性、操作方便性、交互性等方面建立起来的心理感受。随着各行各业电子商务的不断发展，基于电子商务平台的市场竞争日渐加剧，电子商务网站应该把提升用户体验放在一个非常重要的位置来考虑。以航旅市场的电子商务网站为例：随着航旅市场电子商务的开展和竞争的加剧，很多在线代理人、旅行社（Online travel agency，简称OTA）都有一个共同的困惑虽然通过各种形式的宣传推广，电子商务网站的访问量有所提高，但是感觉咨询电话和在线预订却并没有增加。不考虑各个旅游企业的产品和服务本身的差异，旅游企业电子商务网站的用户体验往往是决定在线客户定单成交转化率的最主要因素。细节决定成败 曾经亲身经历一个小案例：一个朋友的单位发放了旅游消费卡，5000元额度，可以选择国旅和中青旅，希望笔者作为业内人士给予如何选择的建议。面对朋友的这一需求，笔者首先进行需求分析。选择哪家旅行社，关键在于其提供的旅游消费卡是否有用户感兴趣的旅游产品和线路，如两家有相同产品，可再做性价比的比较。采取直接电话咨询的方式了解两家旅行社的旅游产品，需要查询电话号码、联系人，在电子商务信息化的今天，还是网上自助解决问题更能够提高效率、减少服务成本。两家旅行社都有各自的电子商务网站，笔者首先登录了中青旅“遨游”网站。遍寻整个网站首

页，没有找到旅游消费卡的相关信息。“会员专区”提供更多详细内容，但是需要先注册成为会员，然后登录。“遨游”网提供手机号码登录方式，有其方便性，但如果忘记了曾经注册的密码，重新获取只能是输入注册邮箱地址，通过接收确认邮件“找回密码”。如果用户的邮箱不方便使用，就只有付出必要的“时间成本”，才能完成会员登录了。如果增加一种将密码通过短信发送到手机的方式，对于用户来说应该更方便。在等待“遨游”网回复邮件告知登录密码的时间，笔者又访问了国旅的网站。现在很多中小航旅商务网站都提供“在线客服”的服务，没想到国旅这个大牌也提供“在线客服”功能。通过在线咨询国旅的旅游卡销售专员，笔者很快就全面了解到国旅支持旅游卡的所有旅游产品。在经历了多次点击和近10分钟的等待之后，终于重新获取密码、成功进入了中青旅“遨游”的会员专区，但糟糕的是，专区内也没有关于旅游消费卡的信息。此时笔者已作出决策和选择了：旅游消费卡推荐选择国旅。从这个小案例可以看出，尽管中青旅和国旅的市场营销工作做得都挺到位，开辟了“旅游消费卡”这个新营销渠道，但是由于电子商务信息化环节的脱节和滞后，在后续服务的较量中，中青旅丢掉了已经“走到门口”的用户，同时改变了两个、甚至更多用户的印象。这就是“细节决定成败”的活生生的例子。电子商务当前还处于发展摸索的阶段，用户的部分需求及体验往往容易成为被遗忘或忽略的一个因素，而这一因素恰恰是决定一个企业产品服务成败的关键因素。用户体验的提升固然需要增加运营成本，但是在电子商务业务发展到某一阶段，这是必需的和必要的。作为网站运营者，增加任何一个让客户很爽的

功能，提供优化过的用户体验，都可能需要更多的技术支撑，甚至更多的网下配合，但为此付出的成本有可能最终从更多的客户身上收回，当然这需要更多的分析和评估。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com