



# 改變客戶的 體驗

IBM Hybris 諮詢服務

# 全新常態

近年來客戶的期待變化甚大，眾所皆知。但值得注意的是，客戶想要的體驗和實際上獲得的體驗還是有一段差距。光是這段差距就足以決定客戶的去留。

以本質上來看，客戶期待的體驗就是造就這股趨勢的因素。

IBM 多年的一項研究顯示，現今將近半數購物者偏好上網消費。<sup>1</sup> 依年齡細分，40 歲以下的購物者對網購的偏好「高於平均，而且日益成長」。

於此同時，消費者也表現出更老到的態度，希望結合網購的優點和實體店面購物的功能。這不啻為傳統業者創造了一個重要的機會，讓他們更能抵擋新興店家的威脅，贏回客戶的心和荷包。

不過這股消費趨勢也同樣為業者帶來壓力，他們必須更有效地整合客戶所有購買過程中的線上和實體通路，這可不是那麼簡單。不少業者的因應之道都是設立網路專屬解決方案，與實體通路區隔開來。雖然多半不會阻擋這股潮流，但卻得讓業者推出定期折扣，利潤因此遭到扼殺，反而無法將資金投入於滿足全新的客戶期待。至於其他業者，特別是自認不會受到這股變遷影響的產業，現在也在尋求快速接軌的方法。最近一項針對全球行銷長 (CMO) 的研究顯示，有 82% 受訪的行銷長覺得消費者行為變化令他們感到措手不及，比例高得驚人。<sup>2</sup> 這讓業者感到危機重重，特別是客戶現在更容易因體驗而改變忠誠度。

業者該怎麼做  
才能突破重圍？

答案令人出乎  
意料。

<sup>1</sup> “Shoppers disrupted: Retailing through the noise” (顛覆購物思維，零售殺出重圍)，IBM 商業價值學院出版

<sup>2</sup> “CMO insights from the Global C-suite Study” (全球高層研究中的行銷長洞察)，IBM 商業價值學院出版



# 改變局勢

業者必須要先體認一件事，那就是電子商務已不再是客戶於網站下訂單那種單一通路服務。

這個觀念來自於對「商務」一詞更深的體會。不是只有爭取線上訂單那麼簡單，還要有業者的通盤計劃，那就是在客戶與業者建立關係的每一階段，提供天衣無縫的體驗。在與客戶互動的策略中要把「商務平台」當作核心，一切作為都要以此為準。還要把數位互動功能跟客戶想要的實體真實體驗結合起來。

接下來，業者就要思考如何做到改變。長久以來，業者一向都是採取隨時間一個個加上去的解決辦法來因應新的需求。這種做法導致營業生產線與通路之間的客戶體驗零碎不全，在客戶消費的重要過程中經常出現落差，致使客戶不滿而轉投入其他業者懷抱。可惜當主管開始體認到有必要改善客戶體驗時，往往發現長時間堆積的系統和程序，改變起來相當棘手。

**IBM 建議業者應先著重於「簡化」這項關鍵任務。**聽起來不難，不過是什麼意思呢？這是指要明確釐清如何簡化客戶體驗，然後憑著釐清的目標優先執行全新的營運和技術模式。這些模式應以客戶消費過程中的不同階段來進行一致的改造。把重點放在讓潛在客戶達到想要的目標，讓他們有個美好的體驗而想要再次消費。當客戶覺得有價值，才會想要回頭消費更多。

**簡化客戶體驗還要執行第二項關鍵任務，那就是「創新」。**

創新應以整合業者運作的平台開始，不必碰觸多個各別的系統，這樣整合客戶體驗就變得容易多了。

**產生的利潤可以投入下一階段，那就是「轉型」。**若業者不用再事事砸錢防範，就能把資金投入於真正改造企業的計劃上，得以晉升，在市場上贏得一席之地。



# IBM 如何助其一臂之力？

數十年來，IBM 可說是電子商務和企業轉型的市場領導者。

我們獨具的資格能協助 貴公司打造符合數位時代的統一客戶體驗，讓您名利雙收。為了迎接這項挑戰，我們提供三大服務。

## 第一是 IBM Smarter Commerce 服務。

想要改變，更聰明的做法不只在於一個全新的產品，還需要一個經驗豐富的顧問。這個團隊多年來已經帶領數個產業運用許多平台邁向轉型。

## 第二是 IBM Experience (IX) 設計服務。

身為持續營運的最大互動式設計公司之一，我們的 IX 團隊擁有高明的設計能力，能為您重新塑造想要讓客戶體驗的服務。他們會幫助您思考不僅僅是表象上的樣子，還會設想到客戶想要的經歷，以及您如何建立長久寶貴的客戶關係。

## 第三是 IBM SAP Hybris 服務。

SAP Hybris 是現今市面上領先的商務平台，原因很明顯：

- 現代架構比舊有架構運作得更快。
- 統一式全通路互動模型，能整合客戶想要的重要體驗。
- 這是首見唯一從頭至尾經營客戶關係的平台，提供迎合客戶各個接觸體驗的解決方案。

憑藉 IBM 專門知識與雲端產品與服務，在分析、行動、社群及安全等要素結合之下，將能百戰百勝。

## 成功案例

Technopolis 是保加利亞一間從事家電和辦公室設備的 B2C 零售業者，即便網購生意蓬勃發展，客戶對於網頁效能龜速相當不滿，Technopolis 也同樣在線上和實體店面促銷當中錯失良機，導致失去銷售機會。

Technopolis 部署 SAP Hybris B2C Commerce 之後，協助了他們標準化線上和實體店面的零售狀況。不僅優化了銷售潛力，還能確保品牌一致性與使用者體驗。以往花上數天計劃的促銷活動，現在只要數小時即可推出，而且客戶體驗到的是一個線上和實體店面整合的購物經驗，感覺相當可靠。部署這個解決方案也提供許多工具與功能，讓員工變得更有把握執行日常工作。

在實作 SAP Hybris 之前，Technopolis 有 30% 的網購尚未處理完成，導致來電客服要求人力解決的次數也因而增加。但有了這款解決方案之後，未完成的訂單降至零，業者發現網頁載入時間的效能提高了 70%。現在 Technopolis 的網路訂單量多了一倍，省下多達五天的行銷活動計劃實施時間，營運活動估計也增加了 20%。<sup>3</sup>

身為工業用品經銷界一家全球財富 500 大公司，也是全世界 SAP Hybris 尊榮客戶之一，業者的客戶包括一般消費者和專業人員，並支援各種建案工作，自從改用 Hybris 之後，這家公司的線上收益增長快速。他們的線上銷售額成為公司營收的主力之後，發現需要向外擴展現有的廠商關係。為了因應專案不斷增加的事務，並奠定滿足長期需求的基礎，他們找來 IBM 成為 Hybris 的策略夥伴。IBM 提供的服務包括專案方面的 Hybris 應用程式開發服務，目的是鞏固現有的北美業務。

除此之外，IBM 還協助這家客戶推出歐洲子公司的電子商務平台。IBM 派出 Hybris 資深開發人員來確保能夠快速回本，結果不出所望，客戶的事業持續大規模擴展當中，並已準備好迎戰計劃的下一個階段，保持領先競爭優勢。

<sup>3</sup>Technopolis 個案研討：<http://ibm.co/1NezMBM>

# IBM 創造與眾不同

IBM 提供各種關鍵改造計劃，為您創造競爭優勢。

在 IBM 全球服務供應項目中，體驗設計是關鍵策略的一環，而且 IBM 在提供這項服務方面擁有 20 年的歷練，時間勝過其他廠牌。IBM 提供有口皆碑的電子商務顧問服務，身為 Hybris 策略全球夥伴，IBM 的深厚實力與創新技術能打造低風險高成本效益的解決方案，協助 貴公司戰勝難題。

- **Hybris on IBM Cloud :**

我們可以在 IBM 供應的雲端環境中，快速部署並管理您的資產

- **全球 Hybris 遞送中心 :**

北美和歐洲境內 Hybris 專業服務包括現場和國內地區，並提供國外服務選擇，那就是位於印度的全球遞送中心。

- **整合 SAP 與 IBM 資產 :**

我們已預先將 Hybris 與 SAP 整合，因此可以連結 IBM 軟體與解決方來完成您的解決方案

## 榮譽事績

獲得 2015 年 Hybris 全球夥伴高峰會的「年度最佳新進夥伴獎」。

2015 年最佳 SAP HANA 採用夥伴獎

如需進一步資訊，請洽：

0800-016-888 轉 1

我們將針對貴企業的需求安排顧問進一步與您討論改造計畫



© Copyright IBM Corporation 2015  
Route 100  
Somers, NY 10589

2016 年 4 月美國印製

IBM、IBM 標誌、ibm.com 和 Smarter Commerce 是 International Business Machines Corp. 在全球許多司法管轄區註冊的商標。其他產品與服務名稱可能為 IBM 或其他公司之商標。IBM 商標最新清單可於下列網站之「著作權與商標資訊」(“Copyright and trademark information”) 網頁上取得：[ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml)。

此文件現行日期為發佈起始日期，IBM 可能隨時變更之。並非所有產品與服務都會在 IBM 營運的每個國家或地區供應。本文提及的效能資料係根據特定操作條件而產生的數據。實際結果可能不同。

不過，附有 IBM 產品與程式的任何其他產品或程式，使用者需自行負責作業之評估及驗證責任。

本文中的資訊僅「依現狀」提供，不含任何明示或默示之保證，包括不含適售性、符合特定效用之保證及未涉侵權之保證或條件。IBM 產品之保證，係依據以提供該等產品之合約條款提供。