

# SHOP.CA 可优化并分析客户的搜索和购物体验



## 概述

### 需求

在 2012 年推出 SHOP.CA 之前，其创办人需要一款可扩展的电子商务解决方案，用以支持广泛的在线市场和数字分析，从而对客户行为和互动进行评估。

### 解决方案

IBM® WebSphere® Commerce 和 IBM® Digital Marketing Optimization 通过将分析方面的洞察力转换为定制的市场营销计划，可提供真实的以客户为中心的购物体验。

### 优势

IBM 解决方案已帮助 SHOP.CA 即时优化了每个电子商务工具、改善了搜索体验、定位了个性化邮件并将点击率提高了 300% 到 500%。

## 解决方案组件

### 软件

- IBM WebSphere Commerce
- IBM Digital Marketing Optimization
- IBM Digital Analytics
- IBM LIVEmail

*IBM 解决方案可基于为购物者提供个性化产品的方式、时间和地点将洞察力转化为行动*

SHOP.CA 是加拿大最大的电子商务大卖场。它可为加拿大公民提供民族和国际品牌商品的一站式购物体验，这里您可以自由购物、免费退货且无任何跨境费用。SHOP.CA 可提供 26 个类型的数百万产品、完善的客户服务和社交忠诚度计划，可对每次购物和产品推荐对会员进行回馈。SHOP.CA 创办于 2012 年 7 月，是加拿大增长最快的零售网站，其访问量在加拿大电子商务网站中位居前 10 名。

## 上市时间为首要要求

在创立 SHOP.CA 之前，其创办人有一些“不成则败”的技术需求。他们需要一款可扩展且灵活的电子商务解决方案，用以促成具备大量交易的大规模在线市场。他们也需要一款与移动、社交媒体等其他渠道相整合的电子商务解决方案。

其创办人希望交付一种可在正确的时间交付正确信息的有意义、以客户为中心的体验。因此，他们需要找到一个可轻松创建并分析市场竞销和促销的方法。创办人知道获取有关个体和集体客户购买行为的洞察力能使他们更快地响应市场需求，建立客户忠诚度并促成口碑推荐。

SHOP.CA 首席技术官 Gary Black 介绍说，“我们的首要要求是上市时间。我们希望与能够高效完成的方式指导我们的愿景的公司合作。通过对多个合作伙伴进行合作可能性评估，我们发现 IBM 及其 Smarter Commerce 计划最符合我们的电子商务愿景，尤其是在移动和社交渠道方面。因为知道 Smarter Commerce 路线图与我们的路线图一致，所以很容易就能决定选择 IBM。”



---

*“我们发现 IBM 及其 Smarter Commerce 计划最符合我们的电子商务愿景，尤其是在移动和社交渠道方面。因为知道 Smarter Commerce 路线图与我们的路线图一致，所以很容易就能决定选择 IBM。”*

— SHOP.CA 首席技术官 Gary Black

---

## 内置分析和营销自动化均服务于电子商务

SHOP.CA 创办人选择了 IBM WebSphere Commerce 作为其电子商务引擎，用以支持他们的在线卖场、多商家产品目录和奖励计划。他们还选择了 IBM Digital Marketing Optimization，包括 IBM Digital Analytics 和 IBM LIVEmail，用以评估客户行为和互动，并将这方面的洞察力转换为定制的市场营销计划。此类信息使得 SHOP.CA 能够为顾客提供符合其品味和偏好的产品和服务。

IBM WebSphere Commerce 和 IBM Digital Marketing Optimization 可集成一体，帮助 SHOP.CA 交付以客户为中心的真实购物体验。这些解决方案通过多年的单点登录和其他很多集成点互相联结在一起。

“我们使用 IBM Digital Analytics 来了解、测量、跟踪并优化 IBM WebSphere Commerce。” Black 说。“WebSphere Commerce 的营销自动化工具之间的协同和它们在数字分析中的表现是惊人的。我们具有转化率、平均订单量、上网时间和单位客户页面浏览量、客户来源、付费搜索、有机搜索或营销活动结果方面的数据。我们可使用此类数据来不断调整和优化每一种电子商务工具 - 桌面、智能手机、平板和社交媒体。”

IBM Digital Analytics 可自动生成对 SHOP.CA 高管们每天所利用的指标的洞察力。

## 客户忠诚度对购物者和品牌极具价值

除了优化各种电子商务工具，通过管理搜索关键词和基于搜索的推销，SHOP.CA 还可利用 IBM 解决方案来优化客户搜索体验，包括点击率。SHOP.CA 可通过选择产品属性来改善客户搜索结果，进而在不同类型的店面进行展示。

“搜索是 SHOP.CA 的一个基础要素，这也是我们选择 IBM WebSphere Commerce 的主要原因之一。” Black 说。“对于 SHOP.CA 出售的数百万款产品，SHOP.CA 提供了强大的搜索功能而且极易进行扩展。”

成千上万名制造商可生产在 SHOP.CA 上进行销售的产品，而且客户对制造品牌的忠诚度可通过产品评论进行判断。通过在 Facebook 或 Twitter 上编写评论或分享链接，客户可获得 SHOP.CA 社交忠诚度计划的最高奖励（他们获得的奖励也可用于购物）。

---

*“我们确实感到高兴的一点在于会员对我们网络的忠诚度。客户浏览量每月都在翻番，所以我们对于假期的到来感到特别兴奋。”*

— SHOP.CA 首席技术官 Gary Black

---

IBM 解决方案可跟踪访问者的社交推荐并基于他们所推荐的人数对他们进行打分。最忠诚的推荐人将获得可用于现场购买的最大返利奖励。借助 IBM Digital Analytics, SHOP.CA 可对通过社交渠道推荐而来的网站访客进行评估。Black 说这些访客成为客户的几率比普通访客高出 10 倍。

“我们所有的努力，包括我们的社交忠诚度网络 (Social Loyalty Network)，均以客户为出发点，我们所做的一切都以客户为中心。” Black 说。我们的目标是在各个层面实施个性化并将我们的产品销售给他们。”

SHOP.CA 还利用 IBM 解决方案来优化其营销费用。IBM 解决方案可帮助公司分析出最成功的营销活动，进而帮助公司在投资或撤资方面作出决策。此外，IBM 解决方案还可帮助 SHOP.CA 定期跟踪市场营销供应商的推荐情况，而非依赖于供应商自身的数据。举例来说，该款解决方案可跟踪成千上万的同步电子邮件、搜索引擎营销活动、展示广告和流量来源的有效性，例如 Google 的产品目录广告。内置营销属性功能支持对营销触点的信用分配方式进行精细分析，因为客户已看到他们中的许多客户正在发生转变。

## 有针对性的电子邮件活动可将放弃购物车的客户变成购物者

IBM 解决方案可帮助 SHOP.CA 的另一种方式在于 IBM LIVEmail，通过整合 IBM Digital Analytics 和经 IBM Digital Marketing Network 认证的邮件服务供应商，这种 IBM LIVEmail 可使营销人员针对客户行为和偏好进行电子邮件营销活动。

推出移动网站后不久，SHOP.CA 开展了一项电子邮件营销活动，旨在根据之前在移动设备上的访问情况，将新网站推广给最有可能有兴趣的客户。移动设备上的点击率远远超过了预期；因此，SHOP.CA 将事务功能添加到该移动网站并开展另一项电子邮件营销活动，从而方便人们点击购买。“移动是我们的关键战略。” Black 说。

SHOP.CA 还利用 IBM LIVEmail 来实现放弃购物车的目标。它可向用户发送自动、触发和个性化的电子邮件，以便推动他们回到该网站并将其转化成购物者。此外，根据购物者的浏览情况，公司可使用 IBM LIVEmail 使电子邮件个性化。Black 介绍说这些邮件的点击率比普通邮件高出 3 到 5 倍。因此，SHOP.CA 目前正逐步深度运用个性化电子邮件。

IBM WebSphere Commerce 和 IBM Digital Marketing Optimization 是 IBM Smarter Commerce 计划的一部分，为电子商务提供了一个集成式生命周期方法，将客户放在所有操作的中心，从而帮助公司购买、营销、销售和维护相应的产品。

“对我们来说，IBM Smarter Commerce 的作用在于根据分析结果做出更明智的决策、了解我们客户的访问行为，并能够很快地相应改变我们的营销战略。” Black 说。“其作用也在于通过关联性更强的营销战略创造一个更为独特的用户特定体验。在社交媒体和移动方面我们还有更多计划，而且令我们高兴的是 IBM Smarter Commerce 路线图已将他纳入其中。”

## 有关更多信息

如欲了解有关 IBM WebSphere Commerce 及 IBM Digital Analytics 的更多信息，请联系您的 IBM 营销代表或 IBM 业务合作伙伴，或访问以下网站：[ibm.com/smartercommerce](http://ibm.com/smartercommerce)



---

© Copyright IBM Corporation 2013

IBM Corporation  
Software Group  
Route 100  
Somers, NY 10589

美国印刷  
2013 年 10 月

IBM、IBM 徽标及 [ibm.com](http://ibm.com) 是 International Business Machines Corporation 在世界各地司法辖区的注册商标。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的商标。Web 站点 [www.ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml) 上的“Copyright and trademark information”部分中包含了 IBM 商标的最新列表。

本文档是首次发布日期之版本，IBM 可能会随时对其进行更改。IBM 并不一定在开展业务的所有国家或地区提供所有这些产品或服务。

本文档内的信息“按现状”提供，不附有任何种类的（无论是明示的还是默示的）保证，包括不附有关于适销性、适用于某种特定用途的任何保证以及非侵权的任何保证或条件。IBM 产品根据其提供时所依据协议的条款和条件获得保证。



请回收利用