

透過實驗

找到自己的鑽石版位

成功提升

19.23%轉換率



×





Insider擁有相當多元的品牌客戶，也因此他們的顧問團隊除了進行GA分析、優化建議之外，還可以提供我們相當實用而且有效的產品應用策略，強而有力的技術顧問也讓新工具導入與應用十分順暢，是我們行銷團隊的強大後盾。

最令人驚豔的是，Insider產品可以與架站平台整合與串接，解決了官網版位缺乏彈性的痛點。

— Vitabox創辦人謝祥凡 (Halu)

關於Vitabox

「天然保健」是Vitabox對全天然萃取營養專科配方的理念，致力於重新定義保健食品，透過最安心有效的營養補充品與創新科技服務結合，解決既有存在的問題：總是忘記吃、吃了沒成效、不知道吃什麼及不透明的認證檢驗。

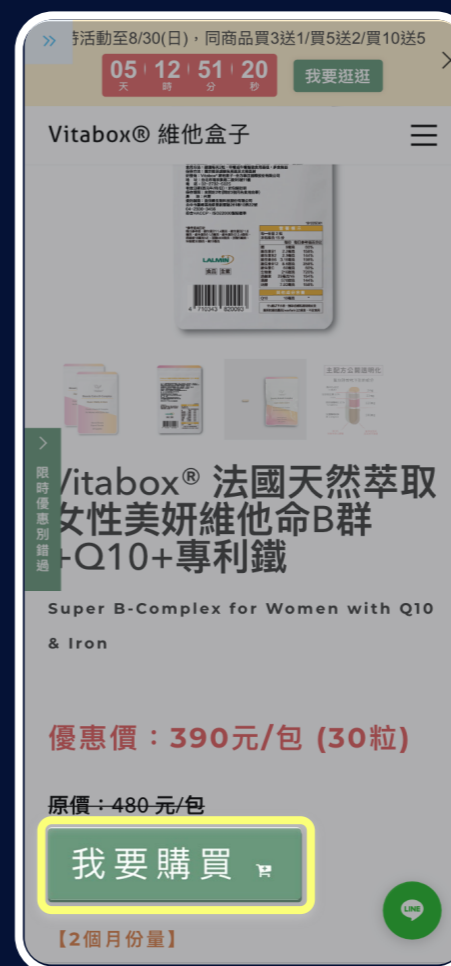
一群創業家、資深藥師、專業營養師所組成專業團隊，Vitabox透過完整的大數據分析及行銷團隊所打造的網路商城，省去實體通路以及網紅代言費用，將產品真正的價值傳遞給消費者，而每季高達34%的回購率，是消費者對Vitabox最好的回饋。



19.23%的轉換率提升 來自改變CTA按鈕的呈現方式

Vitabox的官網是使用模組化的架站平台開發，在創業的初期是相對容易上手而且可以快速上線，但在行銷科技的功能應用缺少彈性；因此Vitabox運用Insider多元的模板以及A/B測試的功能，在有限度的框架下，為自己找到轉換率提升的鑽石版位！

行動裝置用戶佔85%的Vitabox，為了要讓手機用戶更容易使用行動裝置購物，並在讀到吸引人的文案時，可以即刻按下「我要購買」按鈕，將原本顯示在價格下方的按鈕改為黏著式，單月實驗發現點擊率提升662%、轉換率更是提升至19.23%，成功提升增加加入購物車的比例。



提升至
19.23%
轉換率

Instory分類學

Vitabox的官網上擁有相當多元功能的保健食品，為了提供消費者明確而且適當的保健食品建議，Vitabox將目標族群，例如「男/女性上班族」、「長輩保養族」或「窈窕愛美族」等明確羅列，並提出相關的產品推薦。

原本的呈現方式因為受限於官網的模組，只能排列於官網底部；而透過Insider的Mobile web suite，利用InStory功能，讓訪客進站後可以依照自己的身分類別，瀏覽推薦的商品，讓訪客可以快速找到自己需要的產品。

Vitabox同時也利用A/B測試的功能，找到消費者最喜歡的素材，首頁點擊率提升**3.4倍**、分類頁提升**7.52倍**。



新客進站後，透過站內溝通 提升註冊率與轉換率

首次進站驚喜優惠

Vitabox針對首次進站的訪客提供優惠代碼，並透過單月實驗發現，手機有看到折扣碼者，轉換率提升**1.08%**，並帶來近10萬元的額外收益，優惠代碼在手機上的點擊率達**6.44%**。

這項產品功能，也可以針對不同購物車金額的消費者，提供不同金額的優惠代碼，例如購物車金額越高者，折扣面額也越高。



流量一丁點都不浪費

靠廣告流量帶入的訪客，不見得有立即的產品需求，透過持續的離站後溝通，與不斷提供購買動機，也是提升轉換率的好方法。

針對偵測到即將離站而且購物車仍為0元的訪客，Vitabox祭出註冊會員免費拿50元購物金的優惠，除了點擊進入會員註冊頁面的使用者數量正常長外，也獲得額外收益。



關於 Insider

Insider的全方位數位成長管理平台 (Growth Management Platform) 利用深度人工智能和機器學習技術提供的實時及預測分群，使行銷人員能夠在桌面及行動版網站，應用程式和廣告通路中給使用者提供個人化的體驗。幫助數位行銷人員在跨渠道上管理數據並推動增長，從顧客獲取 (Acquisition)、初次促購 (Activation)、營收增長 (Revenue Generation)，以及忠誠經營 (Retention)。GMP 能快速整合多個原生數據源，行銷策略易於實施且易於使用，無需複雜的導入和內部 IT 團隊的資源。Insider 以技術簡化數位行銷，幫助品牌推動增長，善用行銷資源。

Insider在2020獲Gartner Magic Quadrant for Multichannel Marketing Hubs 肯定為#1的行動裝置行銷軟體以及個人化工具的領導品牌，並連續14季獲得4.7顆星的用戶評價。Insider在倫敦、巴黎、新加坡、東京、香港、首爾、雪梨、印第安納波利斯、巴西利亞、赫爾辛基、巴塞羅那、杜拜、莫斯科、華沙、台北、雅加達、馬尼拉、威靈頓、伊斯坦堡、基輔、胡志明市、曼谷、布魯塞爾、阿姆斯特丹、盧森堡、安卡拉和吉隆坡等地設有27個辦公室。

watsons

ESTÉE LAUDER

PHILIPS

SAMSUNG



Carrefour



白蘭氏



friday 購物

正官庄

GAP



info@useinsider.com

www.useinsider.com