

零售業 《 能力標準說明 》 能力單元

「數據分析」職能範疇

名稱	分析用戶及購買模式
編號	111395L5
應用範圍	此能力單元適用於零售業內負責數據分析的人員。從業員能夠對用戶行為、喜好的分析，瞭解用戶需求、督導提升用戶體驗、提高網站可用性、提高銷售成功率，為網絡銷售策略、網站經營管理提供依據。
級別	5
學分	6
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 比較和分析不同互聯網用戶購買流程</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 掌握「立即購買」流程 <ul style="list-style-type: none"> ○ 用戶看中的產品立即轉到填寫訂單的頁面以完成購買 ○ 優勢 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 操作步驟少 ○ 缺點 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 一次只能購買一件產品 ▪ 不利於提高客單價，因為用戶點了立即購買按鈕就意味著結束了挑選商品的流程，用戶進入了購買流程，不能再繼續購買其他的產品 ● 掌握「購物車」購買流程 <ul style="list-style-type: none"> ○ 用戶保持停留在購物網站上，可以再繼續選購其他商品 ○ 優勢 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 用戶可以一次購買多個產品，讓提高客單價成為可能 ○ 缺點 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 增加了用戶的操作步驟（如：購物車後沒有清楚提示，導致用戶購物車的不良體驗等，就很容易流失用戶） ● 掌握網絡用戶購買模式的轉變 <ul style="list-style-type: none"> ○ 瞭解網絡用戶購買模式的特點，包括： <ul style="list-style-type: none"> ▪ 注意（Attention） ▪ 興趣（Interest） ▪ 搜索（Search） ▪ 行動（Action） ▪ 分享（Share） ○ 明白網絡用戶重視商品的訊息搜索，以及產生購買行動之後的訊息分享 ○ 比較和分析網站不同功能影響用戶的購買行為，包括： <ul style="list-style-type: none"> ▪ 根據網站不同接觸點，為用戶詳細解釋產品優勢 ▪ 便利用戶之間的口碑相傳，增強用戶購買決策的依據 <p>2. 分析用戶及購買模式</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 分析訪客的網站來路域名、網站來路頁面、網站來路分類等資料 ● 執行網站受訪分析包括受訪域名、受訪頁面、站內出口、站內入口等資料 ● 分析頁面停留時間

零售業 《能力標準說明》 能力單元

「數據分析」職能範疇

	<ul style="list-style-type: none">● 分析跳出率<ul style="list-style-type: none">○ 統計網站跳出率○ 統計不同頁面（首頁、中間頁、購買頁等）的跳出率● 執行用戶忠誠度分析統計（如：第一、二、三……十次及十次以上來訪的用戶有多少，佔全體訪客的比重有多大）● 分析用戶重複購買頻次及週期，可以給到銷售規劃做參考，以便在適合的時間用合適的訊息觸達用戶，從而提高老用戶轉化。● 運用數據提出改進的建議<ul style="list-style-type: none">○ 瞭解每一個統計數據表達的意義，觀察企業銷售存在的問題，並提出改進的建議 <p>3. 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none">● 在收集資料時，遵循《個人資料（私穩）條例》
評核指引	此能力單元的綜合成效要求為： <ul style="list-style-type: none">● 能夠運用用戶行為分析的方法及工具，並能用統計圖表表達分析結果；及● 能夠評估各組數據背後真實的用戶需求，並對銷售提出建議。
備註	此乃能力單元107201L5的更新版。資歷學分由12分修訂為6分。