OneTouch官网改版项目总结

徐小丽、范超、施政、徐伟



为什么改版?





一、用户和业务的诉求

1、听取客户声音

	Top 提到的词汇				告后							
1	操作合作流程	10			李静	代代		康迎辉	海敏	李彩霞		
	人居友性 / 空口 碗			Top 问题	告后咨询的问题比较散, 通常都是具体案例的,或 者需要找客服的	口岸是否能		告前				
2	合作条件(产品、贸 易公司、开票等条 件) 服务费如何收取		1	不了解一达通/ 如何使用一达通				CICI	康迎辉	李静	代代	海敏
		2		不知道自己的情	客户的产品在一达通是否		客户咨询最多 的环节	如何去做一达通	官网信息比较散,看完 后还是会再介绍一次加 深印象;金融25%,信用 证和赊销各占一半;服 务介绍	准入条件,口岸和产品	i	80%金融问题,20%基础服务
3			2	况能否通过一达 通走货								
4	做退税的费用		3	利润如何留存	能做		top5问题	費用-服务費、退稅	安作兼件	么做?	5 金融的问题居多,LC比较 多: 赊销流程收费 差 利润留存,需要公式或数 字计算才能清晰的理解	22.申信用证早桶带助各户 控制风险
5	信用证的合作条件		4	信融保	开票人預审	拼柜如何做, 育						
6	首单不能做信用证		5	出口退税								
7	收费顺序,结算项		6	有货要走								
	如何开始合作(如销售客服什么时候联		7	赊销保	单子走到哪个环节了	产品能否在一		与其他货代有哪些区别, 客户会去对比,货代可以 不用开增值税发票、45太 高、以一达通名文报关扩 失出口额	以 太 公司流程、条件	金融类10%,主要是赊 销和LC	一达通合作流程	基础服务收费
8		8	8	开票流程 图表标题			_					
	系)							进出口需要以一达通名		退税收汇: 国外买家要付钱了, 怎么付? 训制		. 一达通跟别的货代相比,
9	合作地区		9	通过一达通寻找客 一达通优势是什 么?官网信息太 多	外汇是否到账	进口事	义、收汇如何都	义、收汇如何截留利润		怎么做?怎么这么久都 没退?		优势在哪里?
10	如何能帮助卖家让买 家了解一达通		10					LC、物流询价	退税需要满足什么条 件?外汇收齐、增票验 运宝站 超差单正太效	网站文案是我们自己的 语言 建设有更多图表	什么产品能不能操作	
		1			_	计算开票金额相关公式, 客户希望把数字给到客 服,客服就能帮他算出 来,不顾意自己等			退税款是否已发			
11	为什么要2年以上?	1							放			
12	产品太多,优势在哪	1										

我们通过采集客户录音及400咨询接线人员(售前、售后)得到,用户反馈的问题主要集中在:

- 不了解一达通、如何使用一达通、产品能否走一达通
- 操作流程、合作/准入条件、费用如何
- 金融服务问题(LC/OA)、物流询价

2、通过数据分析暴露出官网信息结构的不合理

首页

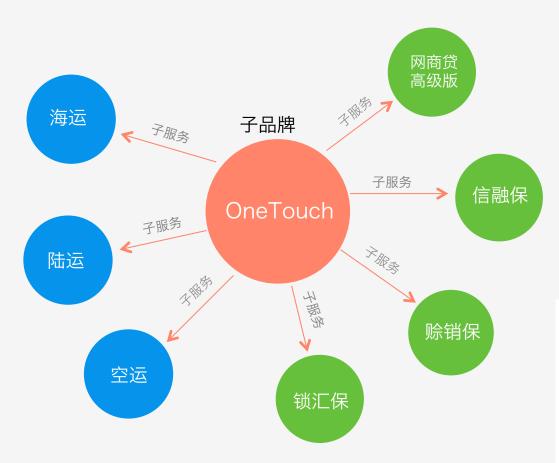
PV: 8000-9000 UV: 4000-5000

SAR: 55%-60%

(新用户)



二、UED的诉求: 外综服子品牌落地、主站品牌化元素在外综服的应用



onetouch.alibaba.com

dai.alibaba.com lc.alibaba.com credit.alibaba.com

shipping.alibaba.com eshipping.alibaba.com eche.alibaba.com

• • •

一达通子品牌与其子服务进行了梳理

新版



旧版



怎么改?

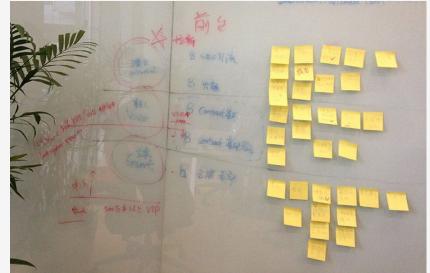
改版流程

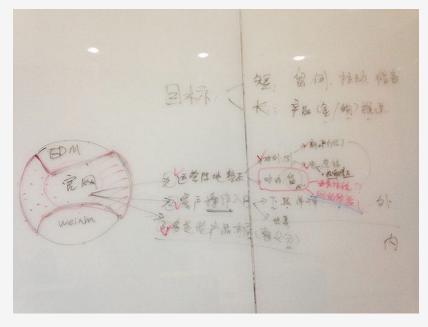


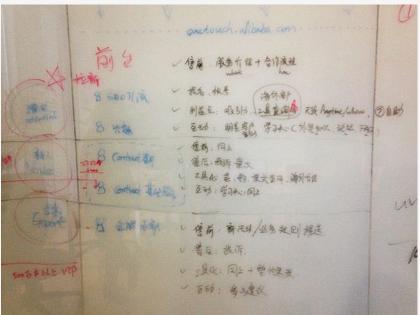
Timeline

- 12.9 脑暴: 梳理用户分类、业务目标和衡量指标
- 12.16 🔷 出概念稿: 页面结构、视觉风格
- 12.24 产出交互稿: 主要页面
- 12.29 用户调研:验证信息结构的合理性
- 1.6 修正交互稿
- 1.24 产出视觉终稿









1、梳理了用户分类和诉求

潜在用户

SEO引流、兴趣客户

- 服务介绍、合作流程、准入条件
- 工具查询: 询价、费率、口岸…

新手用户

签约未上行、 签约走基础服务

- 服务介绍、合作流程、订单状况、收汇
- 工具查询: LC、询价、费率、口岸...

专家用户

签约走基础服务+ 物流/金融服务

- 售后服务
- 新活动、业务规则推送

2、重新确定官网的作用

针对新用户-运营阵地的整合

- 做为业务据点,能够从外部吸引流量。
- 简易便捷的了解外贸综合服务的各个板块业务价值,形成行动。
- 实现双向互通,在其他版块业务的线上据点,引流至主路径

针对老用户-客户自助后台入口

- 快捷进入到自助操作平台的场景中。
- 营销活动和项目的转化、多产品的交叉转化。做为营销阵地,我们通过这个网址去影响存量客户。做为官网,搭建合适的平台和板块,来承载这些内容。

3、制定改版衡量指标

- · 报名Leads转化率
- · SAR页面蹦失率
- 从官网到金融(信融保、网商贷高级版、赊销保)、物流(shipping、中港)等 页面的PV提升量

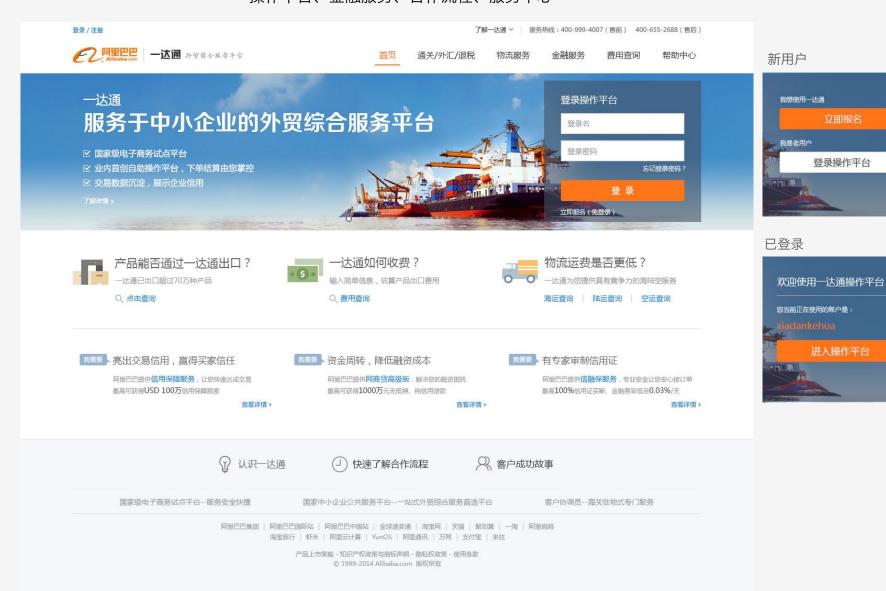


首页交互稿



通过用研提取了首页的价值点模块

用户希望首页上能看到的信息: 一达通产品退税率及合作模式、一达通基础服务费用及补贴查询、物流 操作平台、金融服务、合作流程、服务中心



登录操作平台

进入操作平台

旧版



快速通关、安全结汇、最快3日退税



快递、海运、特色专线,总有一款适合您!运费最低1折起! 信用证、赊销、T/T等相应金融服务为您降低贸易风险及成本

了解查看您可以享受的出口服务

明星客户



[基础服务]通关顺畅高效,每年获300万退税款

"我自己非常省心,什么都不用管,退税款三天就能拿到。" 我们每年可拿到300万元人民币的出口退税,大大降低了出口成 本,增加了企业利润;同时,通过一达通的服务,无需聘请通 关、物流、涉外会计等岗位人员,使得企业管理成本降低70%



[物流]海运专线,发货有保障,方便更省心

通过阿里巴巴物贸平台发货比通过外面货代发货更有保障,而且 价格优势明显:中大型的订单,就会考虑去用阿里巴巴的海运专 线(仓到门)的服务,主要看重了海运专线的方便,货物寄到仓 库后基本上就不用再管事儿了,后面的清关、运输、关税等复杂 的事情会一并帮忙解决。

国家级电子商务试点平台 服务安全快捷

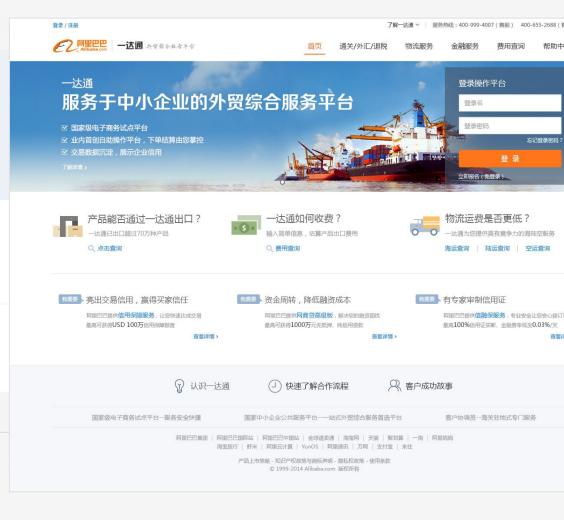
国家中小企业公共服务平台 一站式外贸综合服务首选平台

客户协调员 海关驻地式专门服务

阿里巴巴集团 | 阿里巴巴国际站 | 阿里巴巴中国站 | 全球速表通 | 淘宝网 | 天猫 | 聚划算 | 一海 | 阿里妈妈海宝旅行 | 虾米 | 阿里云计算 | YunOS | 阿里通讯 | 万网 | 支付宝 | 来往

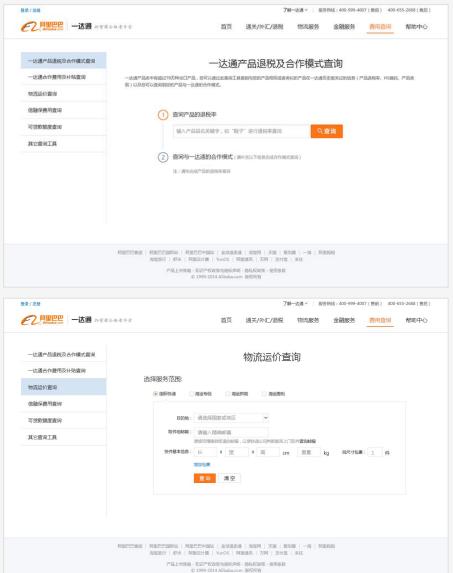
产品上市策略 - 知识产权政策与商标声明 - 隐私权政策 - 使用条款 © 1999-2014 Alibaba.com 版权所有

新版



查询页面





基础服务、物流服务、金融服务







帮助中心

旧版



新版





引导页: 交互尝试以Flash的形式介绍一达通是什么及其核心价值点













概念风格稿

得到用户最真实的反馈和建议后,我们迅速调整方案,换用Long screen滚屏展示信息的形式,一屏只展示一条信息或核心价值点。

优点:

- 让用户可以沉浸式阅读获取单个信息
- 配图加简短的文案,增加趣味性(配图引入品牌化元素)



引导页、首页及二级页面 品牌化元素的植入应用

- 运营页面元素的初次大规模使用
- 色彩, 层次, 元素库





我们打造 信用保障体系

彰显信用, 赢得买家信任 最高可获100万美金授信额度

进入首页>



我们为您 垫付退税款

最快3个工作日将退税款汇至你的账户

阿里巴巴 一达通

阿里巴巴一达通是中国外贸服务创新模式的代表,

进入首页>

通过以集约化的方式,为外贸企业提供快捷、低成本的通关、外汇、退税及配套的金融、物流服务,以电子商务的手段,解决外贸企业流通环节的服务

进入首页>





所以我首先想到的是一种合作机制,一种能够提高库的搭建效率的合作机制

我们没有办法只是依靠几个设计师来迅速的搭建库,所以应该是由几个设计师帮助大家来一起搭建库



Onetouch—期官网前台改版已经结束,二期后台改版已开启…

