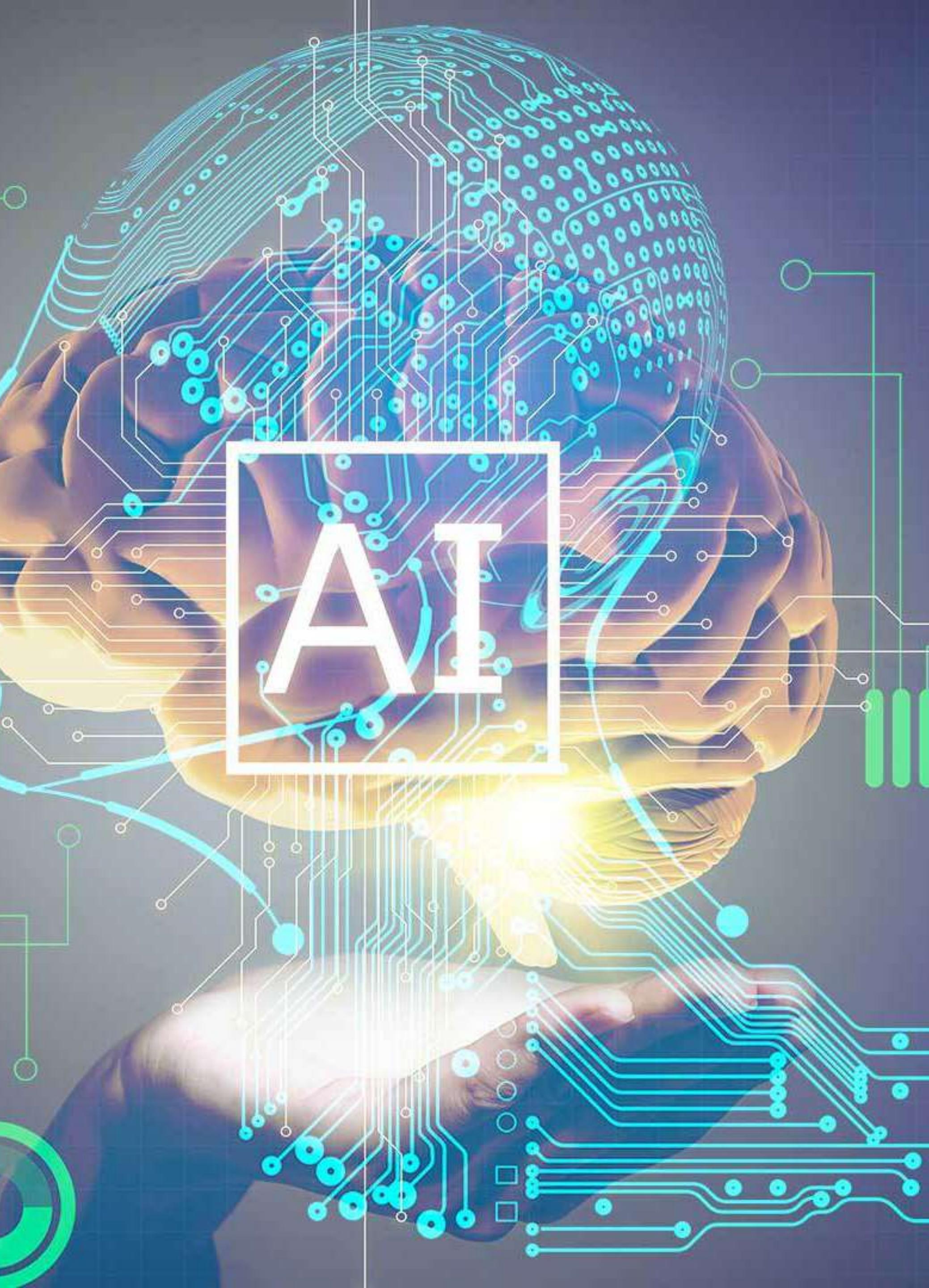


CHATBOT 腳本撰寫 & 系統建置

CHATBOT SYSTEM DEVELOPMENT

目標：CHATBOT系統建置，增加LINE@ 連結數及提升使用者網頁使用好感度。

- ▶ 提供業主了解Chatbot系統之優勢及特點
- ▶ 提供業主了解Chatbot系統執行各項流程
- ▶ 提供業主了解對話腳本結構及撰寫流程（由洞察報告分析出內容誘因）
- ▶ 提供業主了解執行相關成果及對應數據



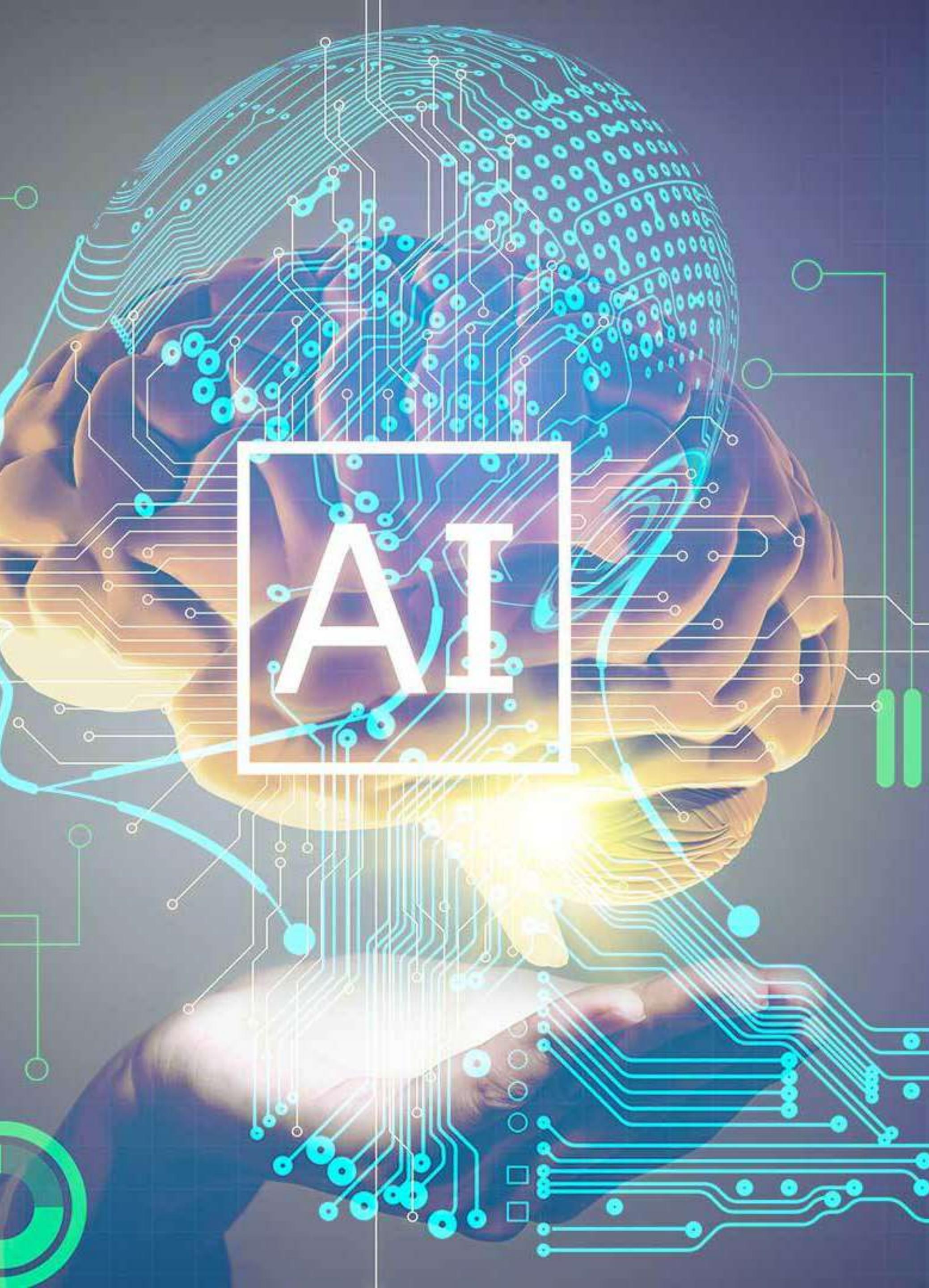
CHATBOT經營策略 之優勢說明

How to Boost E-Commerce Conversion Rate with Chatbots in All Industries

通過在線聊天提高電子商務轉化率

- ▶ 即時發現消費者痛點
- ▶ 省下人力費用: 實時聊天比電子郵件通信更有效且便宜17-30%
- ▶ 提高銷售額：使用實時聊天的網站的電子商務轉化率通常比不使用實時聊天的網站高20%
- ▶ 改善客戶服務和忠誠度
- ▶ 紿予客戶便利且更快速解決問題
- ▶ 有競爭力的優勢：根據AMA研究表明，使用實時聊天的客戶購買的可能性是其3倍





CHATBOT系統執行 報告

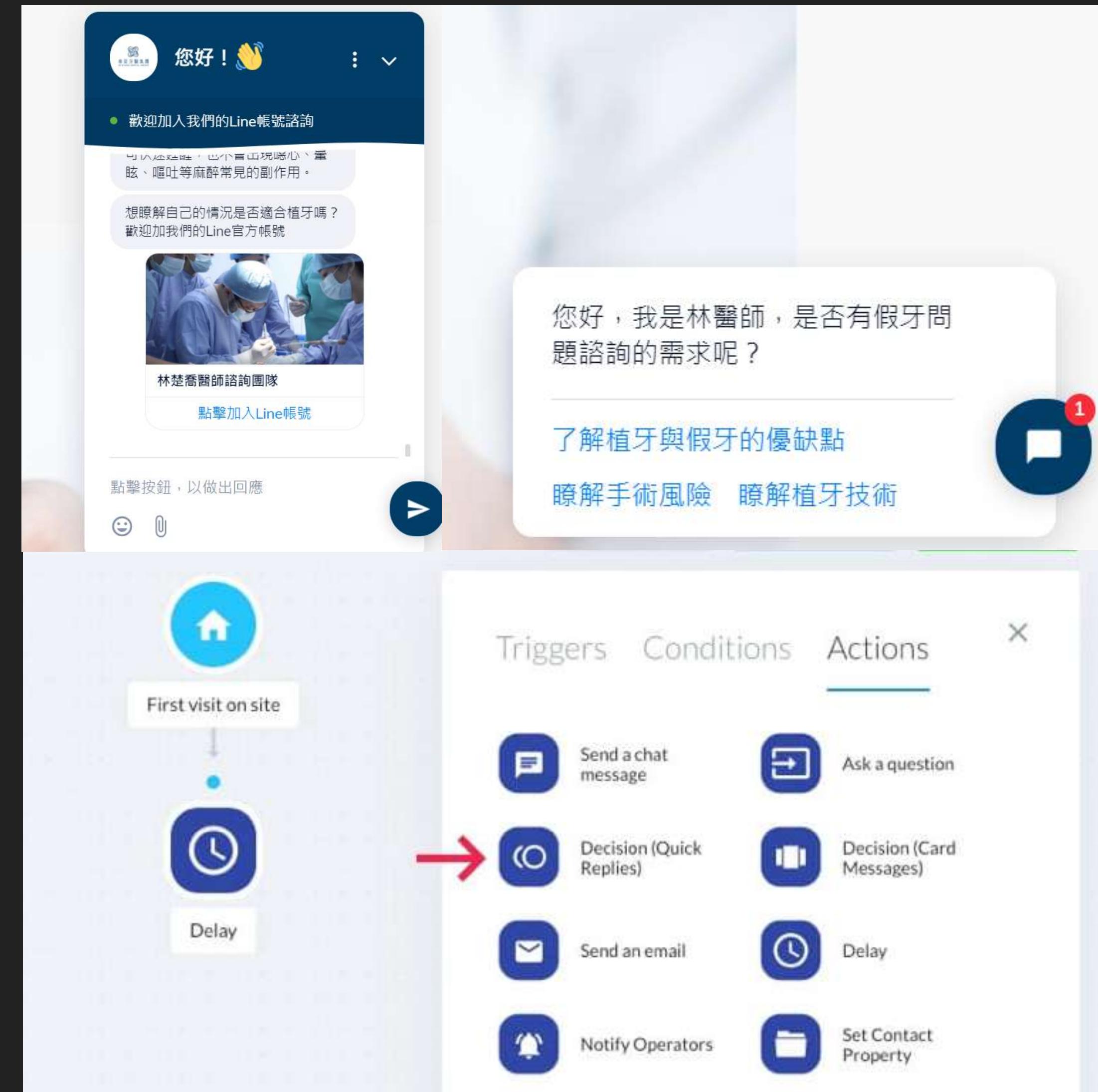
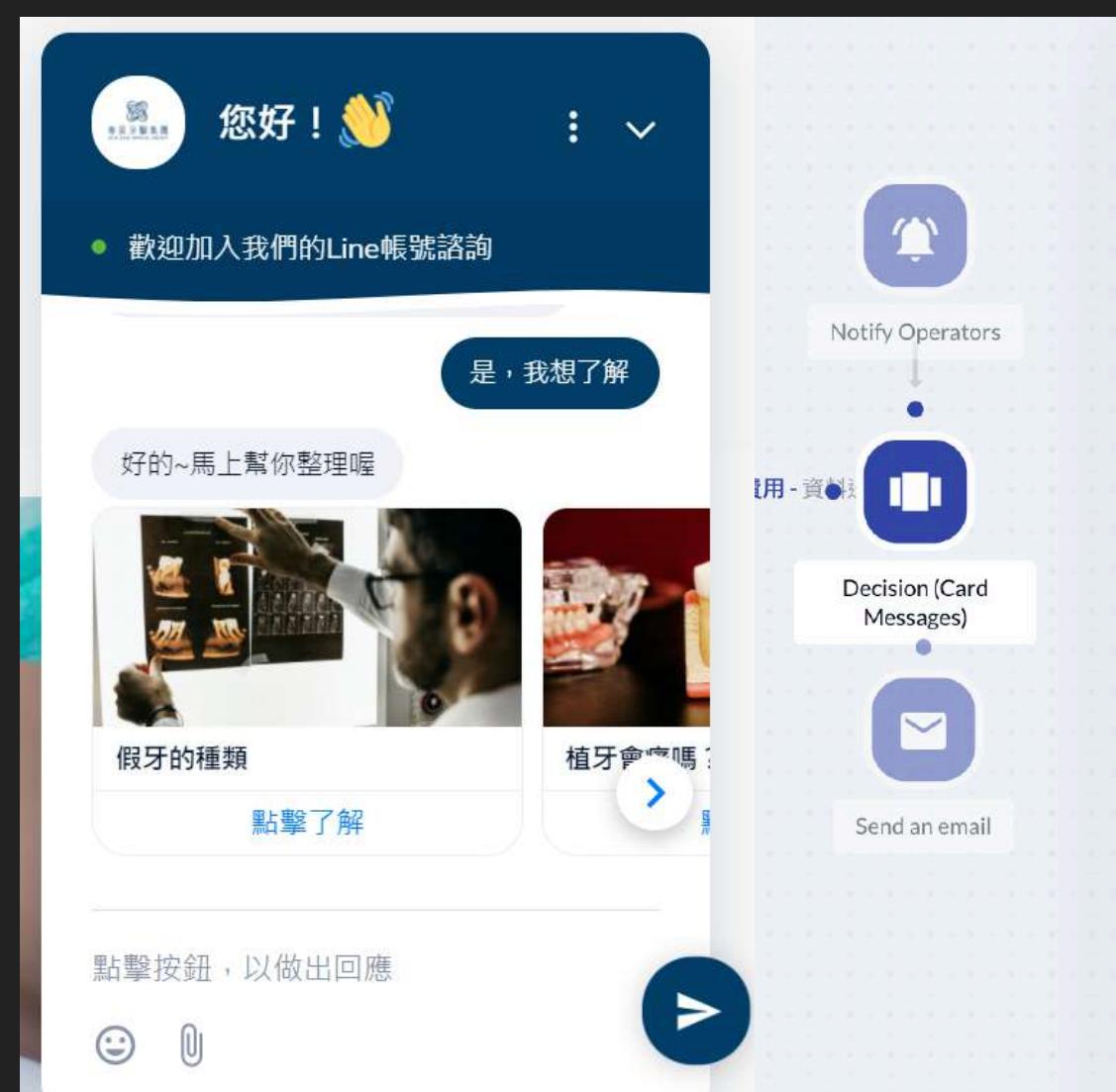
Chatbot System Development

CHATBOT建置流程之簡述



CHATBOT系統界面建置

- ▶ 對話匡介面客製化設置（圖片、歡迎語句）
- ▶ 設計系統trigger/actions
- ▶ 腳本於對話匡呈現之方式actions



腳本於對話匡呈現之方式actions

對話匡介面客製化設置（圖片、歡迎語句）/ 設計系統trigger&actions

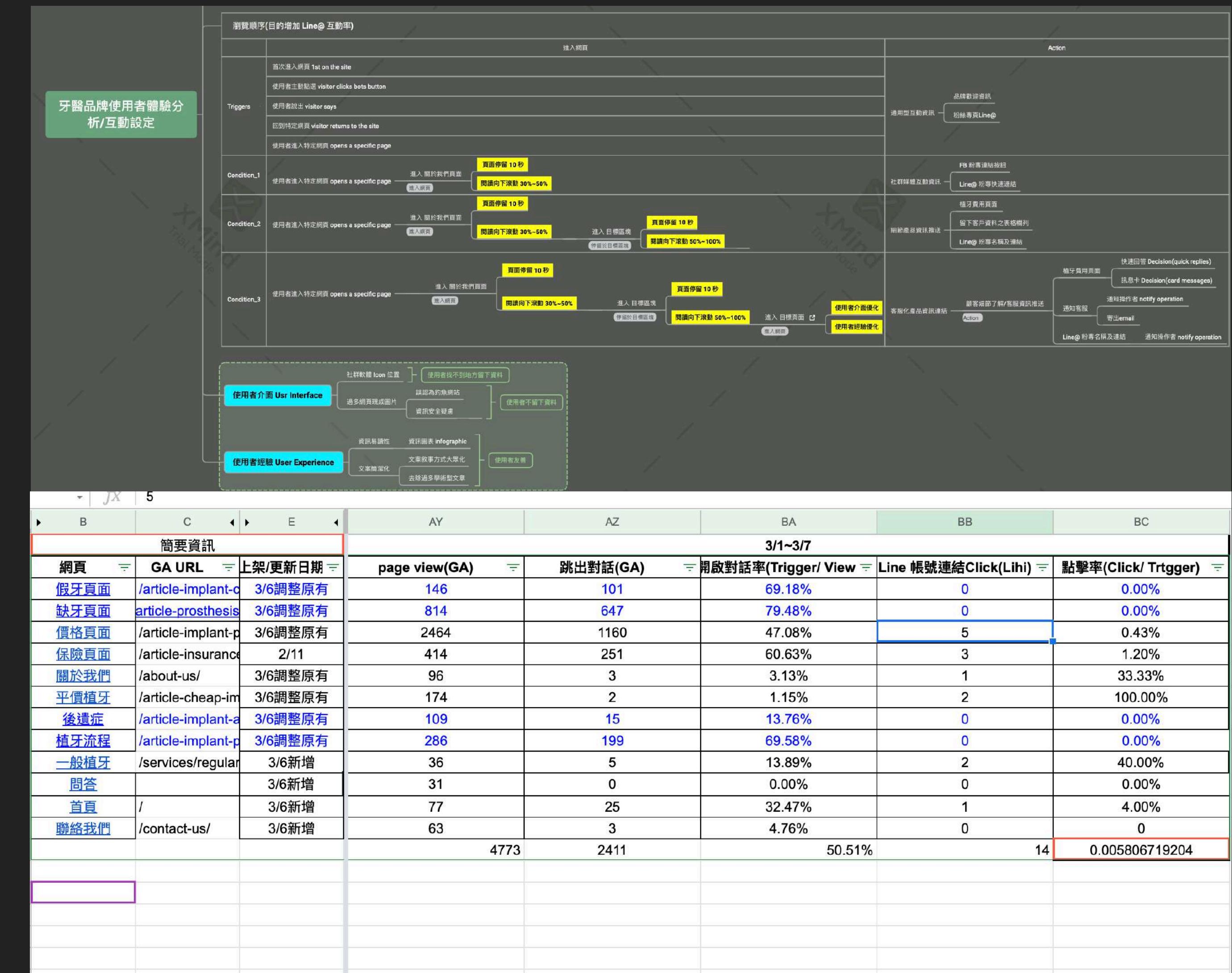
GTM連結CHATBOT操作

- ▶ GTM (Google Tag Manager) 設置頁面“滾動率”，使消費者在相對應的頁面段落跳出Chatbot 對話資訊框。



CHATBOT相關執行細節

- ▶ 網頁瀏覽之使用者經驗規劃及設計
- ▶ 單週腳本測試數據紀錄
- ▶ 特定時段結果績效檢討
- ▶ 手機&電腦版本系統流程測試



使用者經驗 (User Experience) 流程設計 / 單週腳本數據紀錄

機器人年節互動檢討



Chatbot系統層面執行說明

CHATBOT執行數據成果

腳本執行績效檢討

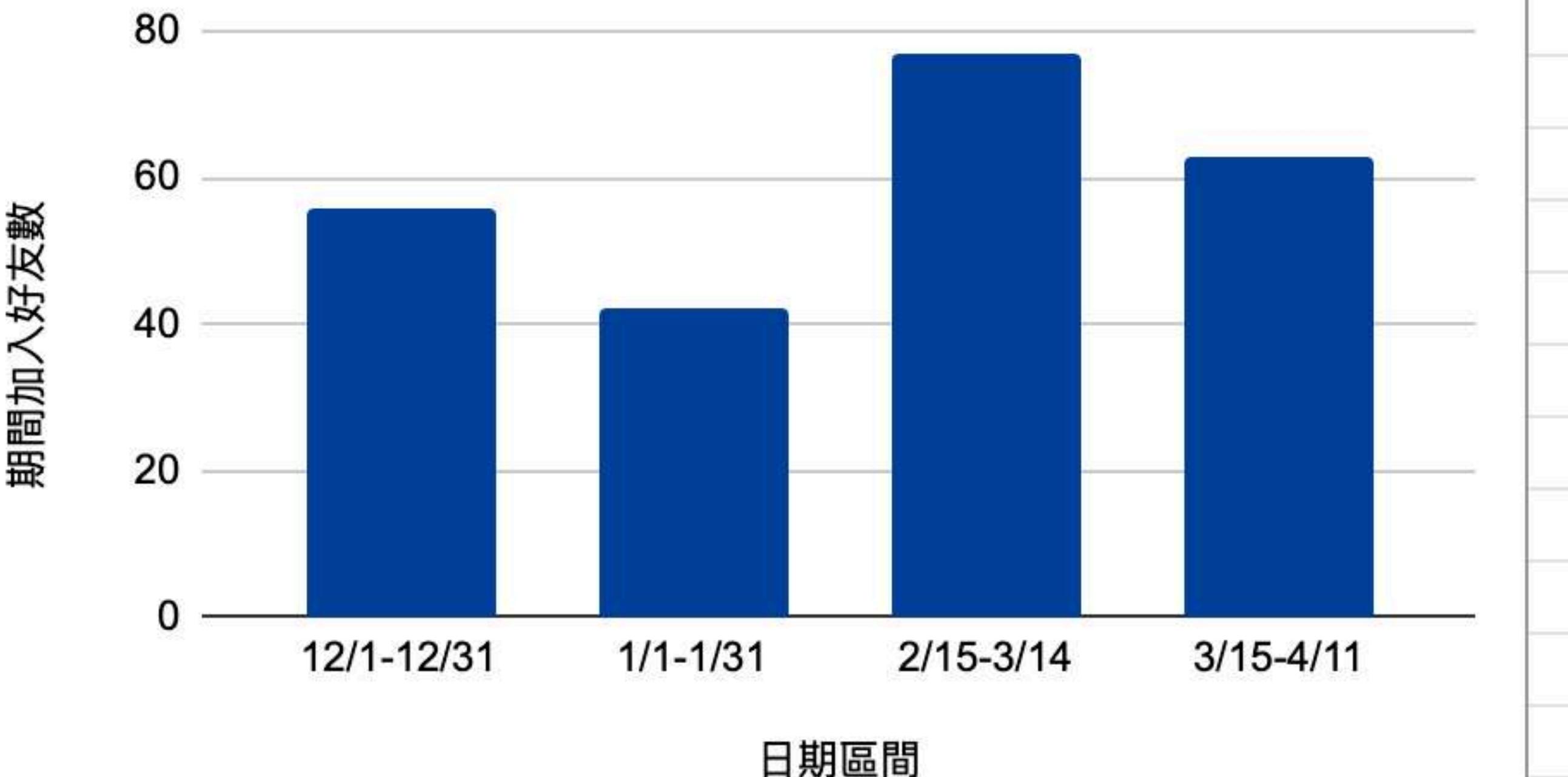
現有腳本	網頁	GA URL	上架/更新日期	跳出對話(GA)	開啟對話率(Trigger/ View)	Line 帳號連結Click(Lih)	點擊率(Click/ Trigger)
假牙頁面—假牙資訊卡	假牙頁面	/article-implant-c	3/6調整原有	72	63.16%	0	0.00%
缺牙頁面—缺牙資訊卡	缺牙頁面	/article-prosthesis	3/6調整原有	544	83.44%	2	0.37%
價格頁面—費用資訊卡	價格頁面	/article-implant-p	3/6調整原有	1025	77.13%	6	0.59%
保險頁面—理賠資訊卡	保險頁面	/article-insurance	2/11	405	71.18%	2	0.49%
通用對話1- 關於我們	關於我們	/about-us/	3/6調整原有	7	14.58%	0	0.00%
通用對話5- 平價植牙	平價植牙	/article-cheap-im	3/19新增	7	5.26%	2	28.57%
通用對話3- 後遺症	後遺症	/article-implant-a	3/6調整原有	18	21.69%	0	0.00%
通用對話3- 植牙流程	植牙流程	/article-implant-p	3/6調整原有	257	70.41%	0	0.00%
通用對話5- 一般植牙	一般植牙	/services/regular	3/19新增	2	14.29%	0	0.00%
通用對話4- 問答	問答	/common-question	3/6新增	0	0.00%	0	0.00%
舒眠植牙轉換1- 首頁	首頁	/	3/19新增	31	32.63%	0	0.00%
極簡對話1- 聯絡我們	聯絡我們	/contact-us/	3/6新增	1	2.94%	0	0.00%

	價格頁面	假牙頁面	缺牙頁面	保險頁面	首頁	聯絡我們	關於我們	問答	一般植牙	平價植牙	後遺症	植牙流程
2/22-2/28網站流量	3119	147	757	395	98	64	103	40	42	198	121	241
2/22-2/28開啟對話率	32.06%	84.35%	94.06%	90.38%	87.76%	100%	51.46%	90%	42.86%	44.95%	96.69%	95.44%
2/22-2/28line連結點擊	4	2	1	0								
2/22-2/28數據分析	低開啟對話率	高開啟對話率	高開啟對話率	高開啟對話率	高開啟對話率	高開啟對話率	低開啟對話率	高開啟對話率	低開啟對話率	低開啟對話率	高開啟對話率	高開啟對話率
腳本類型	價格頁面對話 set01	假牙頁面對話 set02	缺牙頁面對話 set01		通用對話1	通用對話1	通用對話1	通用對話1	通用對話2	通用對話2	通用對話3	通用對話3
腳本策略假設	消費者情境假設&Line@連結				問答皆快速導入Line@連結				消費者情境假設&Line@連結			
腳本系統策略假設	進入特定網頁 & 資訊卡&Line@				進入特定網頁 & Line@							
對話層數	2層	2層	2層	1層	1層	1層	1層	1層	1層	1層	1層	1層
每層目標	痛癢點-> 資訊卡 & Line@			痛癢點&Line@	Line@	痛癢點&Line@						
腳本情境假設	價格不透明/昂貴	手術風險/怕失敗	手術風險/怕失敗	消費者痛癢點/諮詢	快速提供Line@/直白傳達資訊				價格不透明/昂貴		手術風險/怕失敗	
2/22-2/28建議行動	簡短delay時間， 由30s-15s, 增加 誘因	提供極簡版(第 一層置入Line@ 目標連結)	提供極簡版(第 一層置入Line@ 目標連結)	縮短互動對話總 層數	提供極簡版(第 一層置入Line@ 目標連結)	提供極簡版(第 一層置入Line@ 目標連結)	簡短delay時間， 由30s-15s, 增加 誘因	提供極簡版(第 一層置入Line@ 目標連結)	簡短delay時間， 由30s-15s, 增加 誘因	提供極簡版(第 一層置入Line@ 目標連結)	提供極簡版(第 一層置入Line@ 目標連結)	提供極簡版(第 一層置入Line@ 目標連結)

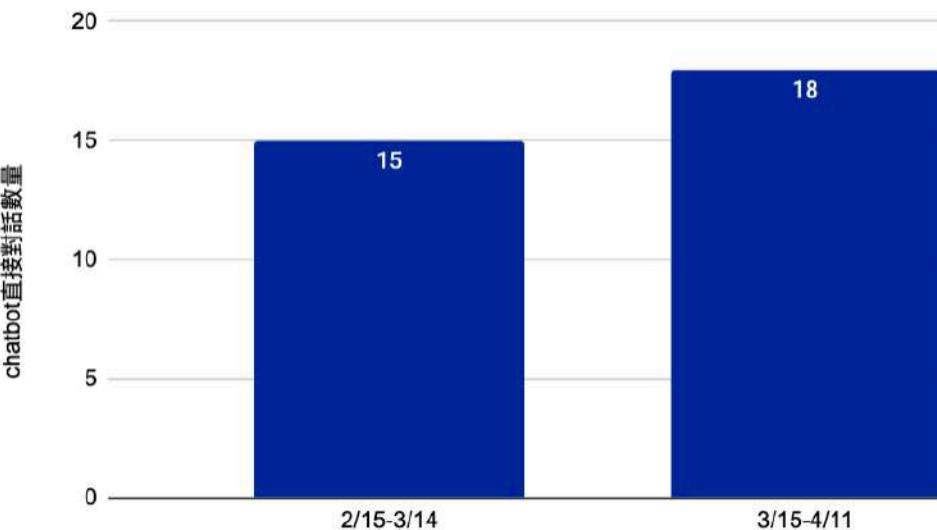
特定時段結果績效檢討 / 手機&電腦版本系統流程測試

日期區間	期間加入好友數	天平均加入好友數	每月GA流量	每月GSC流量	機器人點擊line@連結	日期區間	加入好友數	期間加入好友數	每月GA流量	每月GSC流量	每天平均加入好友數	機器人點擊line@連結
12/1-12/31	56	1.806451613	27600			12/1-12/31	861	56	27,600	17500	1.806451613	
1/1-1/31	42	1.35483871	25870			1/1-1/31	903	42	25,870	14200	1.35483871	
2/15-3/14	77	2.483870968	23677		44	2/15-3/14	991	77	23,677	10400	2.483870968	44
3/15-4/11	63	2.032258065	16619		32	3/15-4/11	1054	63	16,619	9080	2.032258065	32
						1/8-1/14	882					
						1/15-2/14	914	32				
						2/15-2/21	932	18			2.57	10
						2/22-2/28	947	15			2.14	7
						3/1-3/7	973	26			3.00	14
						3/8-3/14	991	18			2.29	13
						3/15-3/21	1007	16			1.43	12
						3/22-3/28	1023	16			1.57	10
						3/29-4/4	1040	17			1.71	4
						4/5-4/11	1054	14			1.57	6
												76

期間加入好友數



Chatbot對話數量



22-2/28開啟對話

分析結果

2/22-2/28建

一筆

醫旨	87.76%	高開啟對話率	提供極簡版（第一層置入）
要旨	32.06%	低開啟對話率	簡短delay時間，由30s-1
醫旨	84.35%	高開啟對話率	提供極簡版（第一層置入）
正旨	94.06%	高開啟對話率	提供極簡版（第一層置入）
好	90.38%	高開啟對話率	縮短互動對話總層數
醫旨	100%	高開啟對話率	提供極簡版（第一層置入）
醫旨	51.46%	低開啟對話率	簡短delay時間，由30s-1
醫旨	90%	高開啟對話率	提供極簡版（第一層置入）
好	42.86%	低開啟對話率	簡短delay時間，由30s-1
好	44.95%	低開啟對話率	簡短delay時間，由30s-1
好	96.69%	高開啟對話率	提供極簡版（第一層置入）
好	95.44%	高開啟對話率	提供極簡版（第一層置入）

A dark blue background featuring a complex, glowing network of interconnected lines and dots, resembling a digital or molecular structure.

CHATBOT對話腳本 策略及執行報告

Chatbot User Experience Strategy

CHATBOT腳本撰寫策略及整體優化方向簡述

顧客怕貴

「網路上價格許多都還需要加上其他費用（如補骨粉另算），因此想在網路上直接看到“價格”」

1. 文章目前區間過大，需縮小或細分
2. 分期付款（文章內原本就有）
3. 貴得有道理：、醫師技術、資歷、診所設備、材料品質、診療速度（all on 4、即拔即種）
4. **選擇最適合自己的**：打破貴就是好的迷思，會因人而異推薦適合價格的植體（如熊小姐用韓國的植體）
5. 提供其他選擇（尊榮有提供較平價的植牙選擇）
6. LINE@：引導至價格諮詢服務

怕植牙失敗、風險

「網路上很多文章會說植牙風險大、假牙比植牙容易成功，顧客接收到的資訊是植牙常有失敗案例，風險也比假牙大」

1. 文中置入誘因，加入LINE@即發送案例
2. “**成功案例**”讓消費者有信心、相似狀況參考（建議附上價錢，給予實際價格參考→客戶痛點）
3. 容易導致失敗的案例或懶人包
4. 說明診所術後主動提供術後照護辦法、關心、預約
5. 醫師親自說明
(文字表示？聲音？影片？)
6. LINE@：引導至案例

文中找不到特色 (不夠貼近消費者)

「目前文章內容詳細，但沒有與其他品牌文章不同的特殊段落」

1. 新增圖片，藉由分級，讓顧客能自我評斷牙況：由尊榮做一個表格→與顧客做出連結（個人化）
2. 即拔即種文章、All on 4文章
3. 文章需置入尊榮品牌特色
4. 針對「美觀」部分新增內容
5. LINE@：引導至諮詢、對接

PERSONA人物誌整理優化方向

- ▶ Persona人物誌建立： #1熊小姐(27)、#2張先生(61-70)、#3葉小姐(21-30)、#4張先生(31-40)
- ▶ 針對Persona人物誌整理出優化方向

針對Persona細部優化



PERSONA 1
資訊管道單一，植牙有急迫性

- 強調方便性、快速植牙、美觀性 (all on 4治療縮短治療時間)

- 建議：喜歡被動接收資訊→對接時比起等待被詢問，應多主動告知資訊



PERSONA 2
對植牙恐懼感較強，深入搜尋，易被資訊影響

- 文章解決顧客“怕痛”問題 (傷口小、恢復速度快...)
- 針對傳統牙醫以及新式牙醫的部分可以琢磨差異
- 成功案例增加對“植牙”的信任感
- 文章引用醫師文字 (或醫師錄音、錄影)，帶出直接與醫師交流的感受，提升對醫師的信任感
- 案例、診所設備、醫師經歷介紹，減低顧客對植牙結果失敗的恐懼感



PERSONA 3
理性分析，著重考慮本身狀況、機會成本

- 此類顧客重視資料完整度：優化文章“內部連結”，讓顧客在同一個網站中能得到許多資訊，提升顧客對該診所專業度感受
- 價格透明化 (解決區間問題)，讓此類顧客在看完文章後有「確定感」 (不需再去查別的資料)



Grace 簡歷

//牙周問題：牙齒鬆動，其他醫生建議牙齒留下，但因美觀問題希望能植牙
//雖現無時間上急迫性，但因牙周問題較少醫生做，心理上會有急迫性
//對植牙有恐懼感

搜尋植牙服務動機

- 解決牙周問題，在意外觀
- 目標明確：不痛 + 解決問題

挫折與阻礙

- 非常怕痛
- 害怕傳統牙醫 (因為怕痛)
- 怕植牙引發其他病痛、要吃止痛藥
- 害怕牙周問題導致不能植牙

行為特徵

- 大量搜尋，依賴搜尋結果
- 傾向新式牙醫 (因為怕痛)
- 非常在乎網路負評
- 因為怕痛，做非常多深入調查
- 想解決問題，對價錢、地點較不在意

愉悅與滿足

- 醫生技術好，傷口小、恢復快
- 植牙療程短

觀點與期待

- 傾向即拔即種，減少痛苦時間
- 成功案例能夠給予自己信心
- 價格明確透明
- 期待跟醫師建立直接關係
- 因調查深入，期待看到診所設備資訊

會點擊的LINE@誘因

- Trigger 1 案例
- Trigger 3 價格區間
- Trigger 4 風險



Jack 簡歷

//有缺牙問題，因此有急迫性
//仍有在上班，有接觸人群需求
//曾做過牙周治療，但因個人衛生習慣牙齒問題復發
//牙口問題較多，比起單顆植牙更傾向全口植牙

搜尋植牙服務動機

- 生活不便：解決缺牙、咬合困難問題
- 美觀問題：有上班、交際需求
- 急迫性較高

愉悅與滿足

- all on 4
- 觀看成功案例，加深信任感
- 院方服務態度佳，主動性強
- 植牙時程短

觀點與期待

- 院方主動告知資訊、術後照顧
- 地點便利

會點擊的LINE@誘因

- Trigger 1 案例
- Trigger 4 風險

資訊管道單一，植牙具急迫性

基本資料

年齡：老年

性別：男

個性：注重方便以及效率、在乎形象

加入line@動機：可以得到快速的回覆

挫折與阻礙

- 怕植牙後術後照顧不周引起植牙失敗
- 害怕植牙過程漫長，因此考慮較久

行為特徵

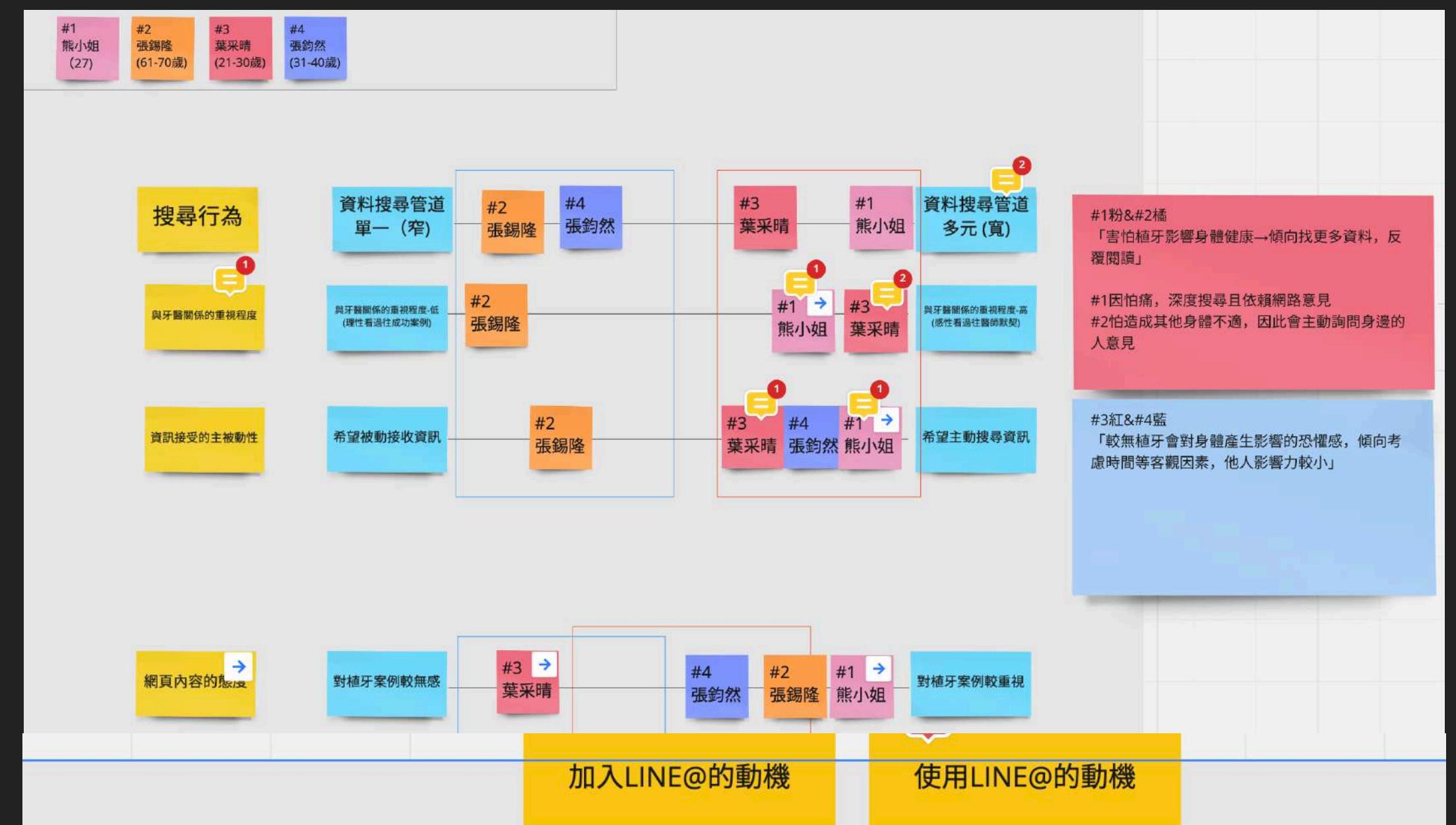
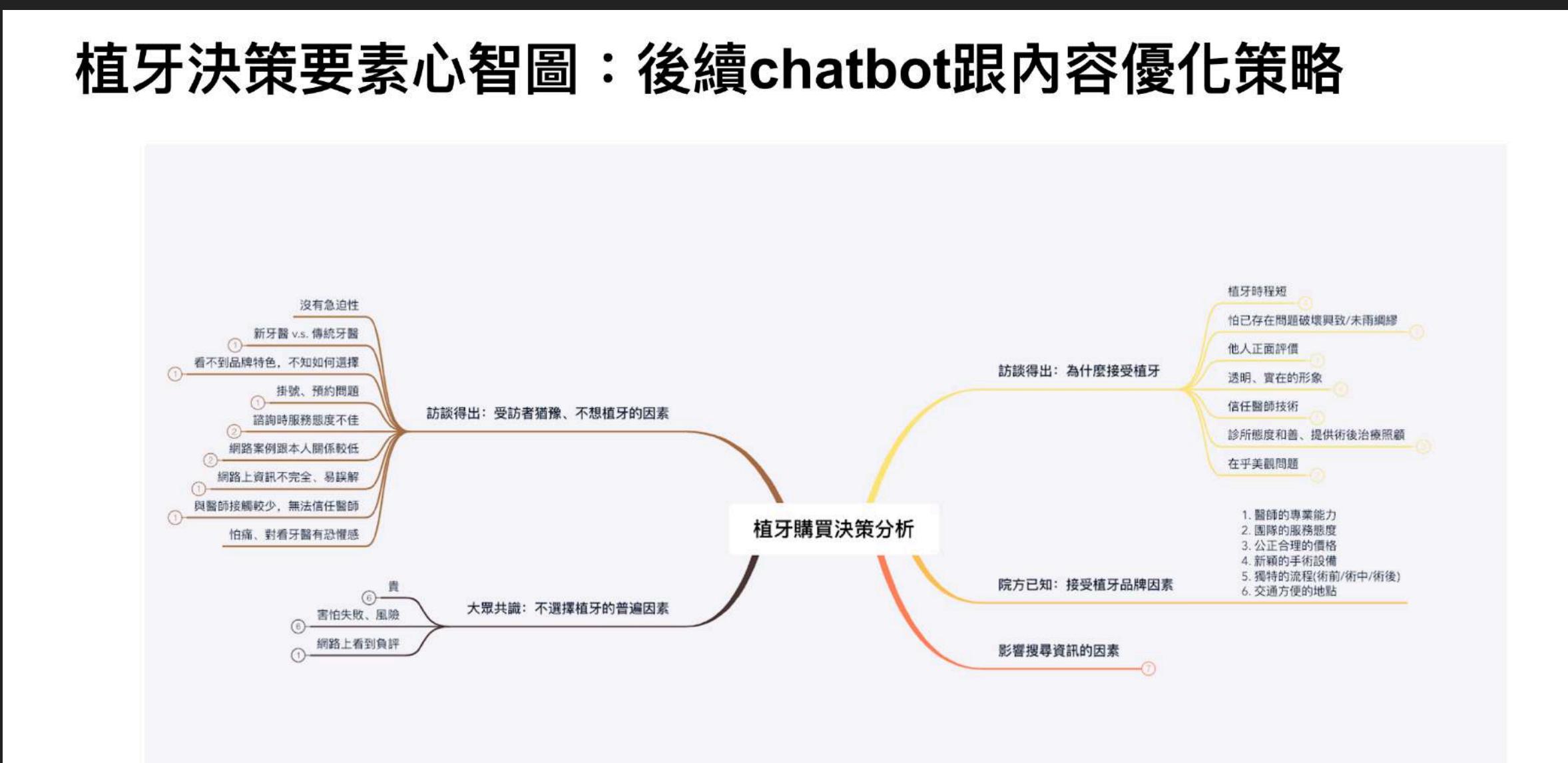
- 會向身邊朋友、長輩詢問
- 相信網路評價，不相信廣告
- 網路資料來源較單一 (Google search)

對應PERSONA結果列出相關行為變數

▶ 用戶行為變數分析

► 哪些因素/誘因影響用戶加入 Line@ 之意願及相關阻礙

▶ 規劃相關行為變數之chatbot內容策略



規劃相關行為變數之chatbot內容策略

用 戶 行 為 變 數 分 析 / 加 入 Line@ 的 動 機

腳本內容優化決策面

- ▶ UI&UX使用者端優化（圖片、對話形式簡化）
- ▶ Persona訪談結果/心智圖受眾
- ▶ 對應頁面流量（GA 數據）
- ▶ Chatbot 視窗開啟率及互動率（Chatbot system）
- ▶ 目標Line@連結點擊率及轉換率（LIHI）

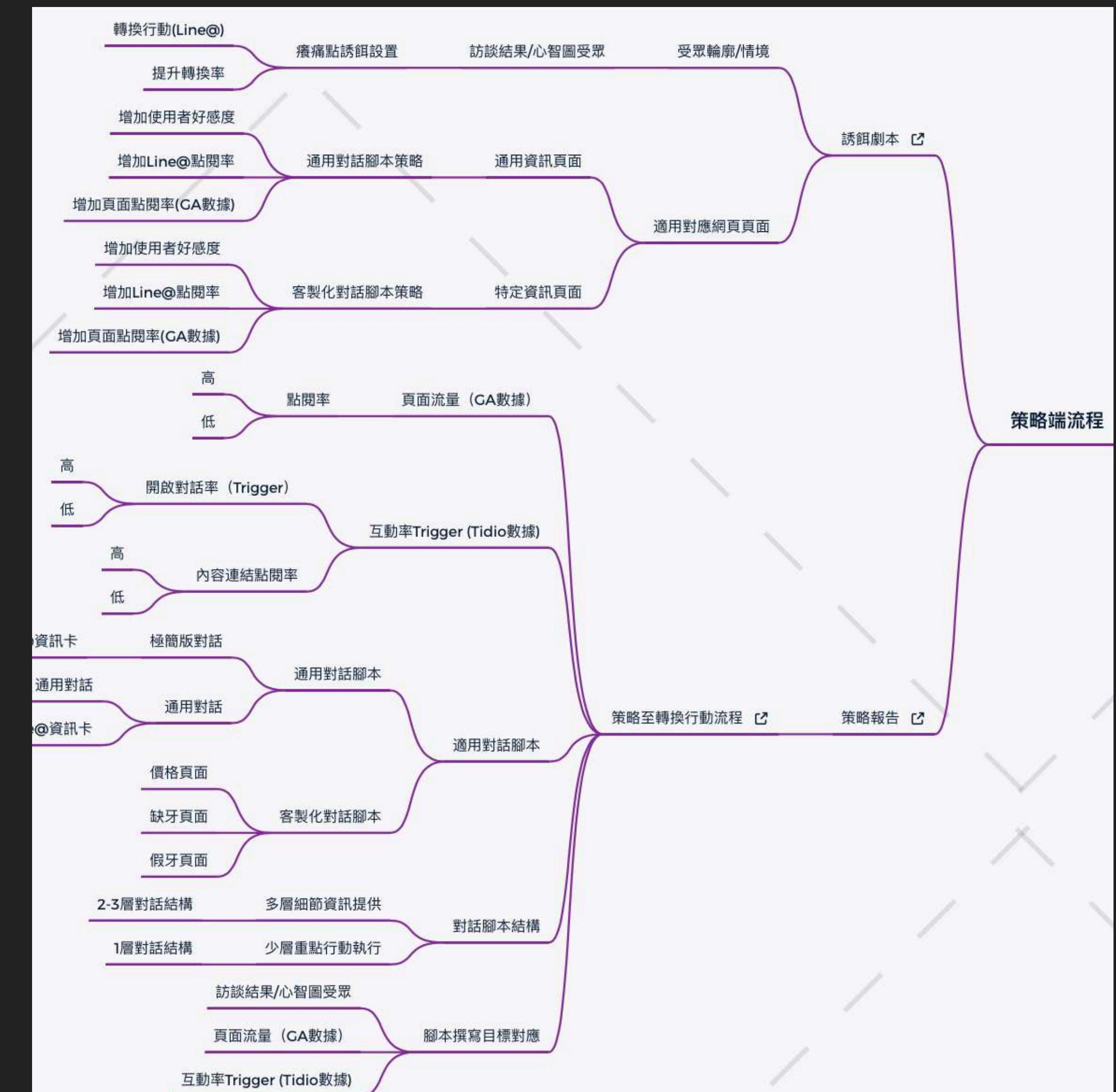


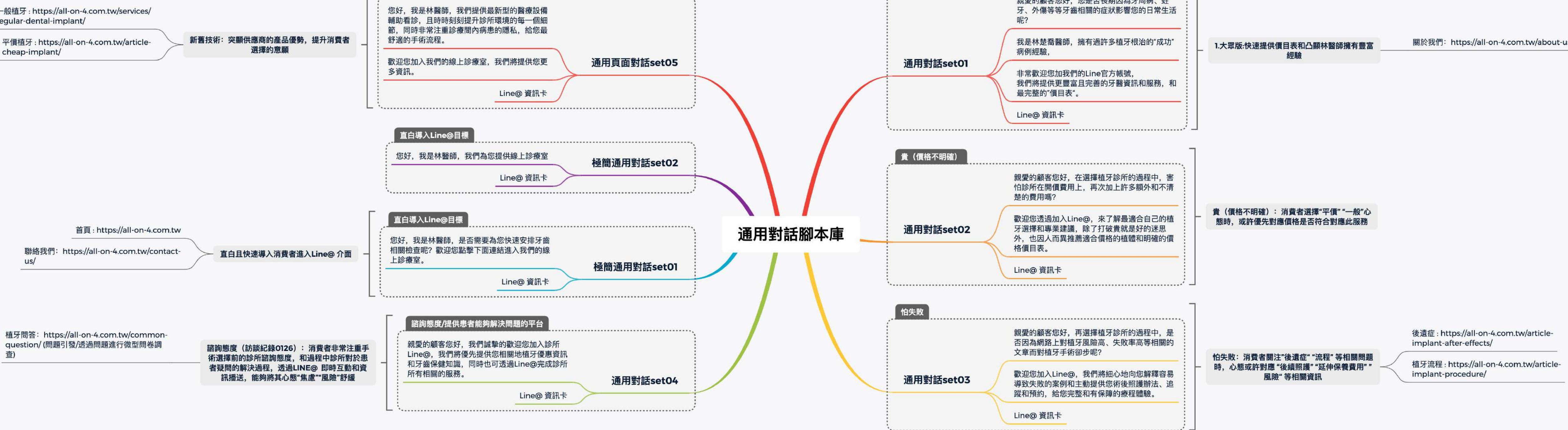
LIHI標籤	LIHI網址	3/15點擊數	3/22點擊數	3/29點擊數	4/5點擊數	4/12點擊數
尊昊_假牙	https://lihi1.cc/E9v7T	1	0	0	0	0
尊昊_保險	https://lihi1.cc/t4dT9	5	4	8	6	4
尊昊_缺牙	https://lihi1.cc/qPZMG	0	2	0	0	1
尊昊_價格	https://lihi1.cc/TKkvb	6	7	1	2	2
尊昊_手術				1	0	0
本週累積點擊總數		12	25	35	43	50
本週點擊總數		12	13	10	8	7
本週成長率		8.33%	-23.08%	-20.00%	-12.50%	
尊昊_假牙1	https://lihi1.cc/byhsU	1	1	0	0	0
尊昊_假牙2	https://lihi1.cc/OwBym			0	0	0
尊昊_假牙3	https://lihi1.cc/MF7xz			0	0	0
尊昊_假牙4	https://lihi1.cc/3Y6gK			0	0	0
本週"假牙"累積點擊總數		1	1	1	1	1
尊昊_缺牙1	https://lihi1.cc/jba6p			0	0	0
尊昊_缺牙2	https://lihi1.cc/XgxFj			0	0	1
尊昊_缺牙3	https://lihi1.cc/lofwl			0	0	0
本週"缺牙"累積點擊總數		0	2	2	2	3
尊昊_價格1	https://lihi1.cc/2OQq9			0.00%	0.00%	50.00%
尊昊_價格2	https://lihi1.cc/6pYjB			0	1	1



腳本內容撰寫

- ▶ 消費者情境、系統呈現、文案創意（吸引消費者的撰寫方式）
- ▶ 依照Persona結果所整理出的相關行為變數設計相對應文案劇本
- ▶ 分為特定腳本 & 通用腳本來針對頁面特色提升Line@轉換率及UX使用者好感度





通用對話5- 一般植牙	一般植牙	3/21	https://all-on-4.com.tw/services/regular-dental-implant/	您好，我是林醫師，我們提供最新型的醫療設備輔助看診，且時時刻刻提升診所環境的每一處細節，同時非常注重診療間內病患的隱私，給您最舒適的手術流程。	打開特定頁面10秒	傳送文字訊息	Line帳號連結
通用對話5- 平價植牙	平價植牙	3/21	https://all-on-4.com.tw/article-cheap-implant/	您好，我是林醫師，我們提供最新型的醫療設備輔助看診，且時時刻刻提升診所環境的每一處細節，同時非常注重診療間內病患的隱私，給您最舒適的手術流程。	打開特定頁面10秒	傳送文字訊息	Line帳號連結
通用對話5- 後遺症	後遺症	3/26	https://all-on-4.com.tw/article-implant-after-effects/	您好，我是林醫師，我們提供最新型的醫療設備輔助看診，且時時刻刻提升診所環境的每一處細節，同時非常注重診療間內病患的隱私，給您最舒適的手術流程。 歡迎您加入我們的線上診療室，我們將提供您更多資訊。	打開特定頁面10秒	傳送文字訊息	Line帳號連結

