



## **Marketing Online: Surveys and Email Polls**

benchmark  
email

## 与电子邮件问卷调查接轨

现在正是与顾客和潜在客户重新建立关系的最佳时机。电子邮件营销提供了简单又有效率的管道，让你接触广大的读者并拥有更多可利用的资源，以增进彼此密切关系。其中一项营销业者使用率贫乏的资源便是电子邮件问卷调查。

电子邮件问卷调查的功能强大，若使用得宜则能启动双向沟通，增进主客关系。让读者了解你在乎他们的想法就是如此简单。值得一提的是，善用它轻松搜集顾客反应，藉以改善各领域的商品服务。如果你自始至终都以电子邮件与顾客往来沟通，电子邮件问卷调查更是营销策略组合中不可或缺的一环。

大多企业老早便一致公认问卷调查的重要性。事实上，这项策略在业界也施行了一段时日。传统的问卷调查是透过电话与邮递来进行。近来，业者纷纷转而诉诸网络的方便与经济性来获取顾客的响应。

比起传统问卷调查，电子邮件问卷调查相形之下占了多数优势。直邮不仅昂贵、费时还事倍功半。顾客每每都要花上好大的工夫，才得以顺利填完邮递问卷。首先要拆封、仔细阅读、填写、放入另一只信封、封口，然后再投入邮筒寄出。至于电子邮件，收件人只消打开信件、回答问题然后点击「寄送」按钮，即大功告成。这般省事的作业程序，常让电子邮件营销业者收到良好的成效。

这份报告中，你将会了解电子邮件问卷调查独一无二的效益，以及如何发挥电子邮件问卷调查的最大功效。

## 电子邮件问卷调查的好处

互动是电子邮件问卷调查最大的优势。寄出电子问卷此举即表示向顾客发出邀约，请他们吐露心声。这项策略不但让读者有参与感，还能搜集到增进商品服务所需的重要情报。电子邮件迅速又有效率特性，让你适时调整电子邮件营销活动达优化并更精确地锁定目标策略。

电子邮件问卷调查看似微不足道，却能为营销成果带来深远的影响。定期实行问卷调查让你获益良多，包括：

- **促进沟通** – 进行电子邮件问卷调查便是一种邀请读者发表个人意见的沟通模式。一份精心研拟、量身订做的问卷将是集客与引起顾客共鸣的参与度创造利器。
- **洞悉销售** – 若你极欲了解营销成效，问顾客就对了。良好的电子邮件问卷调查能确实诊断出企业的缺失所在。
- **激发创新事业** – 顾客是新思维与极富潜力的创意来源。问对问题，顾客的意见有助于你改善商品服务，或甚至推出新产品，让销售组合更具吸引力。
- **引领趋势** – 成功的问卷调查，其带来的利益不仅限于参与度的提升而已。用心留意顾客的问卷结果，还能从中预见重要趋势，让你领先超群、赢得竞争优势。
- **提升顾客满意度** – 顾客满意度高并不一定意味你的商品无可挑剔。让顾客总是能依需求自由发表意见。朝着这个方向执行的问卷调查，赋予顾客自由的发言权，而相对地，同时也让企业根据响应掌握先机，进而满足顾客期许。
- **留住客源** – 一份成功的问卷调查是维系客源的关键。询问支持服务与定价相关问题，让你洞察留住顾客的窍门。
- **巩固顾客忠诚度** – 透过搜集反馈情报，进一步得知顾客的喜好，问卷调查也是企业提升顾客忠诚度之钥。一旦掌握巩固客源的要件，便能将此一策略套用在其他事业上，让客源不断回流。

以上列举不过是电子邮件问卷调查众多好处中的冰山一角。它不但能准确反映顾客之所需，还让电子邮件营销策略脱胎换骨，摆脱了以往死气沉沉的预测数字。成功的关键在于充分了解其重要性并有效执行。

## 问卷调查与在线票选

无论是问卷调查或在线票选，其旨都在汇集顾客反馈。以数据呈现的结果来看，有时两者通用，但实际上却截然不同。简言之，在线票选基本上只针对单一问题询问，而问卷调查则包含一系列相关问题。现在就让我们进一步检视它们之间的相异之处。

在线票选专为快速取得民众意见而设计。反之，问卷调查涵盖的层面较广泛，网罗更多问项且形式多变。电子邮件问卷调查针对搜集消费者对新产品或服务的观感、商品内容决策，以及客服项目的衡量。藉由精确掌握反馈情报，问卷调查提供更大的弹性空间，在达成各式营销目标方面，助你一臂之力。即使问卷调查神通广大，在线票选的实力也不容小觑。企业若想获取相关信息，以迅速拟定策略性方案，此时在线票选正能派上用场。电子邮件在线票选范围从企业、最新活动到一般性议题等，只要与读者切身相关的事项，在线票选皆可一手包办。对所有参与者来说，敏捷、方便是在线票选的一大优势。它形成一股社群意识，使读者感受到他们在企业的成功中，扮演着不可或缺的要角。

## 电子邮件问卷调查的种类

问卷调查为人称道之处在于其可轻易夹带于信件中，让你向客户主动出击，而非被动地枯等客户上门。大抵而言，电子邮件问卷调查的形式有两种：网页格式与纯文本档。两者各有利弊，概略介绍如下。

## 网页电子邮件问卷调查

乍看之下，网页格式问卷似乎天衣无缝、完美无缺。你可以透过网页结合问卷调查与活动讯息，两全其美。如此一来，收件人打开信件阅读内容的同时，还可在线填写问卷。尤其对电子邮件服务使用频繁的消费者来说，再方便不过了。

不过网页电子邮件问卷调查也有美中不足之处。其最大的缺点为对收件人而言，它是一项复杂的技术负荷。众所周知，网页是 JavaScript、PHP、Ruby 和其他程序语言的根基，但不幸的是，若应用在电子邮件，这些科技却成了安全风险的漏洞，因此电子邮件服务器会启动安全防护措施，以保护收件人。换句话说，原本精美、多功能的网页问卷，到了收件人手里，却只剩下一层空壳。此外，有些电子邮件用户长久以来也都无法正常使用网页格式功能。

## 纯文本格式电子邮件问卷调查

顾名思义，纯文本格式让问卷问项简易到纯粹以文字形式组成。这也排除了无法阅读网页格式这类恼人的问题；但无可否认的是，这种形式的问卷不免令人感到乏味。另外，美国信息交换标准代码(ASCII)之编码也须注意是否符合方便阅读的格式需求，这往往让看似简单的纯文本问卷制作过程复杂化。

制作一份成功的电子邮件问卷调查莫过于一大挑战，有鉴于此，部分营销业者改采在信件附加连结的方式，将收件者引导至公司网站上进行问卷填写。虽然这不失为一聪明的替代方案，但也扭曲了电子邮件问卷调查的立意。Benchmark 电子报营销大师帮你轻松将问卷调查或在线票选直接嵌入电子信件中，更提供多样格式选择以及结果追踪。我们也有客制化问卷调查，结合企业的电子邮件营销活动寄送、公告于企业网站双管齐下的方式来搜集反馈意见。

## 拟定高效能的电子邮件问卷调查策略

既然了解了问卷调查在营销策略中占了举足轻重的地位，那么该如何设计合适的问卷调查？针对公司产品或服务进行市调？询问订户订阅频率？还是不停追问顾客，以取得建立联络人群组列表的有用信息呢？方法不计其数，但这里提供你拟定高效率问卷策略的步骤。设计问卷调查时，不妨遵守以下原则：

- **简明易读**—进行电子邮件问卷调查是你了解客户的良机，但千万别指望一次就能获取所有必要讯息。保持问卷题目简明扼要，尊重他人宝贵的时间。任何超过 20 个问题以上的问卷，往往成事不足，败事有余。
- **预估填表时间**—订户需花多久时间填写问卷？若能给予预估时间是再好不过的了。为了将心比心，请你先亲自试填一次问卷。无论是 5 个问题或是 20 个问题的问卷，事先帮消费者做好心理准备是有必要的。
- **提供说明**—你的服务内容正中订户下怀吗？抑或是他们另有期待？成功的问卷调查或在线票选能为你揭露真象。运用问卷了解客户的喜好，并从产品、服务、定价等各层面进行改善以求更大效益。
- **激发参与兴趣**—即使正确处理顾客反馈起了效用，为彼此创造了双赢的局面，仍有部分客户需要你多费点心思在他们身上。让我们面对现实—每个人都很忙，填问卷并非大多数人待办列表中的优先事项。认知到这点，你可以特别奖励那些愿意从百忙中抽空参加的问卷受访者；其形式包罗万象，从折扣优惠、免费下载到教学清单—任何提升参与价值的奖励皆可。
- **设计开放性问题**—设计一些没有一定答案的开放性问题被视为最有效的问卷调查模式。例如，针对假日电子邮件模板设计或公司策略上亟待改善的缺点，可让客户在问卷中挥洒自如、巨细靡遗地他们的倾吐心声。这类开放性问题给予受访者更多自由发挥的空间，向企业坦诚以对，间接提升反馈的参考价值。
- **分享统计结果**—进行电子邮件问卷调查，让你获取新洞见以及业界重要趋势。善用这一手信息提升顾客的整体消费经验。何不也让客户一同品尝出自他们的辛勤回馈所产生的丰硕果实？以正确的途径公开分享问卷结果，不仅展现客户的参与价值，也再次强调企业对顾客满意度的承诺。
- **表达感谢之意**—电子邮件问卷调查所得的客户反应会为企业表现带来意想不到的奇迹。客户是商业活动中的主角，因此对他们致上谢意是天经地义的事，感谢客户百忙中抽空或在闲暇之余特地参加问卷调查。透过发送精简、个性化的信息，向参与者致谢，以期将顾客参与感进而转换为忠诚度。

## 归纳出最佳的问卷调查寄送频率

顾客期待能进一步掌握投入参与的营销活动，而[电子邮件问卷调查或在线票选](#)则是达成此一目的简便又有效的快捷方式。藉由提供高度参与感与密切链接的附加价值，可从中观察到企业营销活动与客户间的互动模式。不过，你却又不想过分滥用问卷，或问太多问题，让订户认为你得寸进尺、侵犯到他们的隐私。

所以到底要多久进行问卷调查才合宜呢？答案见人见智。一般来说，这要依据企业与订户往来频率而定。如果你固定每个月向客户寄发一次电子报，则实施每周问卷调查并非明智之举。评估目前向客户发送讯息的状况、响应率与实时需求，不但能归结出理想的问卷调查频率，还能坐享电子邮件问卷调查所带来的无限好处。

## 关于 Benchmark 电子报营销大师

同时为您管理十来份精密的电子报列表、结合上百种电邮范例、精准的报告结果与令人耳目一新的电子报与多媒体电邮，现在只要用特惠价格，便能一次拥有这些强大的功能。您心动了吗？

找 Benchmark 电子报营销大师就对了！

我们的电子邮件营销策略深得 73000 名用户的信任，并不无道理(甚至可以列举出 100 个理由)。专为大大小小的企业组织提供电子邮件营销服务，我们提供的功能无人能出其右，人性化的在线工具让营销造势易如反掌，而且价钱公道又实在。

Benchmark 不仅是电子报营销大师，还是创新领航者。除了致力于提供完善的电子报营销服务，我们也成立网络社群、采用搜索引擎优化(SEO)与 Web 2.0，因此，我们的在线软件，才能与日新月异的网络密切结合。

只要 9.95 美元，首次注册即能享有如此完善的标准功能，相信再也找不到第二家公司提供您这样超值的优惠。现在就请上 [www.benchmarkemail.com/cn/register](http://www.benchmarkemail.com/cn/register) 注册我们的 30 天免费试用。

### Benchmark 电子报营销大师联络方式

如有任何宝贵意见或电子报营销相关需求，皆欢迎不吝赐教。联络方式如下。

网址：<http://www.benchmarkemail.com/cn>

电话：+86 512 85557099#5981

电子邮件：[meilin@benchmarkemail.com](mailto:meilin@benchmarkemail.com)