



Marketing Online: Surveys and Email Polls

benchmark
email

與電子郵件問卷調查接軌

現在正是與顧客和潛在客戶重新建立關係的最佳時機。電子郵件行銷提供了簡單又有效率的管道，讓你接觸廣大的讀者並擁有更多可利用的資源，以增進彼此密切關係。其中一項行銷業者使用率貧乏的資源便是電子郵件問卷調查。

電子郵件問卷調查的功能強大，若使用得宜則能啟動雙向溝通，增進主客關係。讓讀者了解你在乎他們的想法就是如此簡單。值得一提的是，善用它輕鬆蒐集顧客反應，藉以改善各領域的商品服務。如果你自始至終都以電子郵件與顧客往來溝通，電子郵件問卷調查更是行銷策略組合中不可或缺的一環。

大多企業老早便一致公認問卷調查的重要性。事實上，這項策略在業界也施行了一段時日。傳統問卷調查是透過電話與郵遞來進行。近來，業者紛紛轉而訴諸網路的方便與經濟性來獲取顧客的回應。

比起傳統問卷調查，電子郵件問卷調查相形之下佔了多數優勢。直郵不僅昂貴、費時還事倍功半。顧客每每都要花上好大的工夫，才得以順利填完郵遞問卷。首先要拆封、仔細閱讀、填寫、放入另一只信封、封口，然後再投入郵筒寄出。至於電子郵件，收件人只需打開信件、回答問題然後點擊「寄送」按鈕，即大功告成。這般省事的作業程序，常讓電子郵件行銷業者收到良好的成效。

這份報告中，你將會了解電子郵件問卷調查獨一無二的裨益，以及如何發揮電子郵件問卷調查的最大功效。

電子郵件問卷調查的好處

互動是電子郵件問卷調查最大的優勢。寄出電子問卷此舉即表示向顧客發出邀約，請他們吐露心聲。這項策略不但讓讀者有參與感，還能蒐集到增進商品服務所須的重要情報。電子郵件迅速又有效率的特性，讓你適時調整電子郵件行銷活動達最佳化並更精確地鎖定目標策略。

電子郵件問卷調查看似微不足道，卻能為行銷成果帶來深遠的影響。定期實行問卷調查讓你獲益良多，包括：

- **促進溝通** – 進行電子郵件問卷調查便是一種邀請讀者發表個人意見的溝通模式。一份精心研擬、量身訂做的問卷將是集客與引起顧客共鳴的參與度創造利器。
- **洞悉銷售** – 若你極欲了解營銷成效，問顧客就對了。良好的電子郵件問卷調查能確實診斷出企業的缺失所在。
- **激發創新事業** – 顧客是新思維與極富潛力的創意來源。問對問題，顧客的意見有助於你改善商品服務，或甚至推出新產品，讓銷售組合更具吸引力。
- **引領趨勢** – 成功的問卷調查，其帶來的利益不僅限於參與度的提升而已。用心留意顧客的問卷結果，還能從中預見重要趨勢，讓你領先超群、贏得競爭優勢。
- **提升顧客滿意度** – 顧客滿意度高並不一定意味你的商品無可挑剔。讓顧客總是能依需求自由發表意見。朝著這個方向執行的問卷調查，賦予顧客自由的發言權，而相對地，同時也讓企業根據回應掌握先機，進而滿足顧客期許。
- **留住客源** – 一份成功的問卷調查是維繫客源的關鍵。詢問支援服務與定價相關問題，讓你洞察留住顧客的竅門。
- **鞏固顧客忠誠度** – 透過蒐集反饋情報，進一步得知顧客的喜好，問卷調查也是企業提升顧客忠誠度之鑰。一旦掌握鞏固客源的要件，便能將此一策略套用在其他事業上，讓客源不斷回流。

以上列舉不過是電子郵件問卷調查眾多好處中的冰山一角。它不但能準確反映顧客之所需，還讓電子郵件行銷策略脫胎換骨，擺脫了以往死氣沉沉的預測數字。成功的關鍵在於充分了解其重要性並有效執行。

問卷調查與線上票選

無論是問卷調查或線上票選，其旨都在匯集顧客反饋。以數據呈現的結果來看，有時兩者通用，但實際上卻截然不同。簡言之，線上票選基本上只針對單一問題詢問，而問卷調查則包含一系列相關問題。現在就讓我們進一步檢視它們之間的相異之處。

線上票選專為快速取得民眾意見而設計。反之，問卷調查涵蓋的層面較廣泛，網羅更多問項且形式多變。電子郵件問卷調查針對蒐集消費者對新產品或服務的觀感、商品內容決策，以及客服項目的衡量。藉由精確掌握反饋情報，問卷調查提供更大的彈性空間，在達成各式營銷目標方面，助你一臂之力。即使問卷調查神通廣大，線上票選的實力也不容小覷。企業若想獲取相關資訊，以迅速擬定策略性方案，此時線上票選正能派上用場。電子郵件線上票選範圍從企業、最新活動到一般性議題等，只要與讀者切身相關的事項，線上票選皆可一手包辦。對所有參與者來說，敏捷、方便是線上票選的兩大優勢。它形成一股社群意識，使讀者感受到他們在企業的成功中，扮演著不可或缺的要角。

電子郵件問卷調查的種類

問卷調查為人稱道之處在於其可輕易夾帶於信件中，讓你向客戶主動出擊，而非被動地枯等客戶上門。大抵而言，電子郵件問卷調查的形式有兩種：網頁格式與純文字檔。兩者各有利弊，概略介紹如下。

網頁電子郵件問卷調查

乍看之下，網頁格式問卷似乎天衣無縫、完美無缺。你可以透過網頁結合問卷調查與活動訊息，兩全其美。如此一來，收件人打開信件閱讀內容的同時，還可線上填答問卷。尤其對電子郵件服務使用頻繁的消費者來說，再方便不過了。

不過網頁電子郵件問卷調查也有美中不足之處。其最大的缺點為對收件匣而言，它是一項複雜的技術負荷。眾所周知，網頁是 JavaScript、PHP、Ruby 和其他程式語言的根基，但不幸的是，若應用在電子郵件，這些科技卻成了安全風險的漏洞，因此電子郵件伺服器會啟動安全防護措施，以保護收件人。換句話說，原本精美、多功能的網頁問卷，到了收件人手裡，卻只剩下一層空殼。此外，有些電子郵件用戶長久以來也都無法正常使用網頁格式功能。

純文字格式電子郵件問卷調查

顧名思義，純文字格式讓問卷問項簡易到純粹以文字形式組成。這也排除了無法閱讀網頁格式這類惱人的問題；但無可否認的是，這種形式的問卷不免令人感到乏味。另外，美國資訊交換標準代碼(ASCII)之編碼也須注意是否符合方便閱讀的格式需求，這往往讓看似簡單的純文字問卷製作過程複雜化。

製作一份成功的電子郵件問卷調查莫過於一大挑戰，有鑑於此，部分行銷業者改採在信件附加連結的方式，將收件者引導至公司網站上進行問卷填寫。雖然這不失為一聰明的替代方案，但也扭曲了電子郵件問卷調查的立意。Benchmark 電子報行銷大師幫你輕鬆將問卷調查或線上票選直接嵌入電子信件中，更提供多樣格式選擇以及結果追蹤。我們也有客製化問卷調查，結合企業的電子郵件行銷活動寄送、公告於企業網站雙管齊下的方式來蒐集反饋意見。

擬定高效能的電子郵件問卷調查策略

既然了解了問卷調查在行銷策略中佔了舉足輕重的地位，那麼該如何設計合適的問卷調查？針對公司產品或服務進行市調？詢問訂戶訂閱頻率？還是不停追問顧客，以取得建立聯絡人群組清單的有用資訊呢？方法不計其數，但這裡提供你擬定高效率問卷策略的步驟。設計問卷調查時，不妨遵守以下原則：

- **簡明易讀**—進行電子郵件問卷調查是你了解客戶的良機，但千萬別指望一次就能獲取所有必要訊息。保持問卷題目簡明扼要，尊重他人寶貴的時間。任何超過 20 個問題以上的問卷，往往成事不足，敗事有餘。
- **預估填表時間**—訂戶需花多久時間填寫問卷？若能給予預估時間是再好不過的了。為了將心比心，請你先親自試填一次問卷。無論是 5 個問題或是 20 個問題的問卷，事先幫消費者做好心理準備是有必要的。
- **提供說明**—你的服務內容正中訂戶下懷嗎？抑或是他們另有期待？成功的問卷調查或線上票選能為你揭露真象。運用問卷了解客戶的喜好，並從產品、服務、定價等各層面進行改善以求更大效益。
- **激發參與興趣**—即使正確處理顧客反饋起了效用，為彼此創造了雙贏的局面，仍有部分客戶需要你多費點心思在他們身上。讓我們面對現實—每個人都很忙，填問卷並非大多數人待辦清單中的優先事項。認知到這點，你可以特別獎勵那些願意從百忙中抽空參加的問卷受訪者；其形式包羅萬象，從折扣優惠、免費下載到教學清單—任何提升參與價值的獎勵皆可。
- **設計開放性問題**—設計一些沒有一定答案的開放性問題被視為最有效的問卷調查模式。例如，針對假日電子郵件範本設計或公司策略上亟待改善的缺點，可讓客戶在問卷中揮灑自如、鉅細靡遺地他們的傾吐心聲。這類開放性問題給予受訪者更多自由發揮的空間，向企業坦誠以對，間接提升反饋的參考價值。
- **分享統計結果**—進行電子郵件問卷調查，讓你獲取新洞見以及業界重要趨勢。善用這一手資訊提升顧客的整體消費經驗。何不也讓客戶一同品嚐出自他們的辛勤回饋所產生的豐碩果實？以正確的途徑公開分享問卷結果，不僅展現客戶的參與價值，也再次強調企業對顧客滿意度的承諾。
- **表達感謝之意**—電子郵件問卷調查所得的客戶反應會為企業表現帶來意想不到的奇蹟。客戶是商業活動中的主角，因此對他們致上謝意是天經地義的事，感謝客戶百忙中抽空或在閒暇之餘特地參加問卷調查。透過發送精簡、個性化的信息，向參與者致謝，以期將顧客參與感進而轉換為忠誠度。

歸納出最佳的問卷調查寄送頻率

顧客期待能進一步掌握投入參與的行銷活動，而**電子郵件問卷調查或線上票選**則是達成此一目的簡便又有效的捷徑。藉由提供高度參與感與密切連結的附加價值，可從中觀察到企業行銷活動與客戶間的互動模式。不過，你卻又不想過分濫用問卷，或問太多問題，讓訂戶認為你得寸進尺、侵犯到他們的隱私。

所以到底要多久進行問卷調查才合宜呢？答案見人見智。一般來說，這要依據企業與訂戶往來頻率而定。如果你固定每個月向客戶寄發一次電子報，則實施每週問卷調查並非明智之舉。評估目前向客戶發送訊息的狀況、回應率與即時需求，不但能歸結出理想的問卷調查頻率，還能坐享電子郵件問卷調查所帶來的無限好處。

關於 Benchmark 電子報行銷大師

同時為您管理十來份精密的電子報清單、結合上百種電郵範例、精準的報告結果與令人耳目一新的電子報與多媒體電郵，現在只要用特惠價格，便能一次擁有這些強大的功能。您心動了嗎？

找 Benchmark 電子報行銷大師就對了！

我們的電子郵件行銷策略深得 73000 名用戶的信任，並不無道理(甚至可以列舉出 100 個理由)。專為大大小小的企業組織提供電子郵件行銷服務，我們提供的功能無人能出其右，人性化的線上工具讓行銷造勢易如反掌，而且價錢公道又實在。

Benchmark 不僅是電子報行銷大師，還是創新領航者。除了致力於提供完善的電子報行銷服務，我們也成立網路社群、採用搜尋引擎最佳化(SEO)與 Web 2.0，因此，我們的線上軟體，才能與日新月異的網路密切結合。

只要 9.95 美元，首次註冊即能享有如此健全的標準功能，相信再也找不到第二家公司提供您這樣天大的優惠。現在就請上 www.benchmarkemail.com/tw/register 註冊我們的 30 天免費試用。

Benchmark 電子報行銷大師聯絡方式

如有任何寶貴意見或電子報行銷相關需求，皆歡迎不吝賜教。聯絡方式如下。

網址：<http://www.benchmarkemail.com/tw>

電話：+886 2 22585981

電子郵件：meilin@benchmarkemail.com