



如何每天以Messenger API 完成過千萬訂單的秘密!

Messenger API X Sanuker 嶄新通訊營銷自動化方案

聊天機械人與潛在客戶展開實時對話
開創更具實效的「漏斗型」推廣模式



新常態下的企業行銷學

開創數碼營銷新篇章

新冠肺炎疫情肆虐全球，種種的社交距離和防疫政策令人與人之間的關係變得疏離，更直接影響了企業與客戶的連繫。因此，與客戶保持溝通成為企業要面對的重大挑戰。在過去五年，Sanuker曾成功為過百間國際企業和過千個海內外中小企設計對話式營銷方案，確保能隨時與客戶聯繫，了解他們所需並提供適切的服務或產品。而疫情時期亦促進了社交媒體的應用，令Messenger成為最廣泛的社交媒體之一，配合獨特的聊天機器人解決方案，協助企業24/7全年無休地應答客戶常見的問題，進一步幫助品牌和企業大規模地為客戶提供即時貼心人性化的服務，推廣品牌形象、客戶體驗及促進銷售。

配合Meta旗下的Facebook或Instagram社交平台，Sanuker提供跨平台無縫整合方案，讓企業可以輕鬆簡單在不同平台採用聊天機械人，設計出創新有趣的品牌推廣活動，接觸數以十億計的活躍用戶，有利開拓潛在客戶及業務擴展，在個別市場上取得成功。

在後疫情時代，通訊營銷自動化將成為企業核心戰略，以應對消費習慣的轉變。



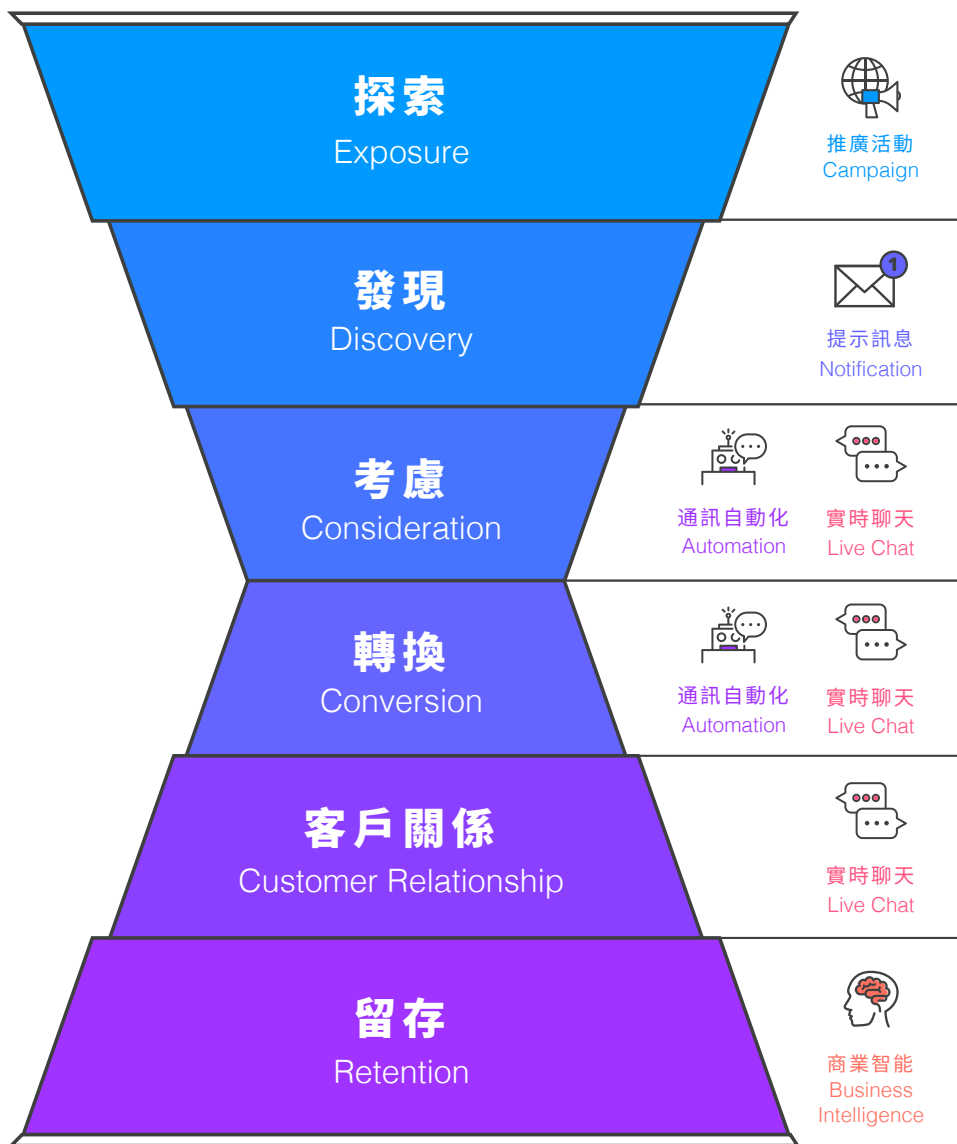
通訊營銷自動化方案 成為企業與客戶交流的新趨勢

電子商貿掀起的通訊營銷趨勢，在新冠疫情下出現爆炸性的增長速度，促使企業更偏向透過即時通訊應用程式與客戶聯繫。一項有關Messenger的研究顯示，截至2020年，每月平均超過200億次企業與客戶的通訊記錄，每月活躍用戶高達13億¹，這項研究還未談及每月活躍用戶量已達10億的Instagram²。而與通訊應用程式配合使用的聊天機械人(Chatbot)技術因此也急劇冒起，以滿足客戶或消費者渴求企業能夠快速應對的要求，從而協助企業在轉變迅速的商業市場上穩佔主導地位，創造自己的品牌故事。

致力為企業創建高效且具個性化對話式營銷體驗的Sanuker，自2017年便是Messenger的合作夥伴，為大中小企業提供一站式企業通訊自動化方案，以高靈活度的API整合Facebook、Instagram等社交通訊媒體及企業通訊平台，連接企業內外通訊渠道，創建聊天機械人以聯繫客戶。透過人工智能(AI)技術的機械學習(Machine Learning)及自然語言處理(Natural Language Processing)，Sanuker的聊天機械人不單能夠全天候於不同渠道隨時為客戶服務，更可優化處理客戶查詢、調整對話流程，以至度身訂造個人化應答，讓客戶更容易獲取產品及服務的最新資訊，從而全面提升客戶體驗。

 hello@sanuker.com





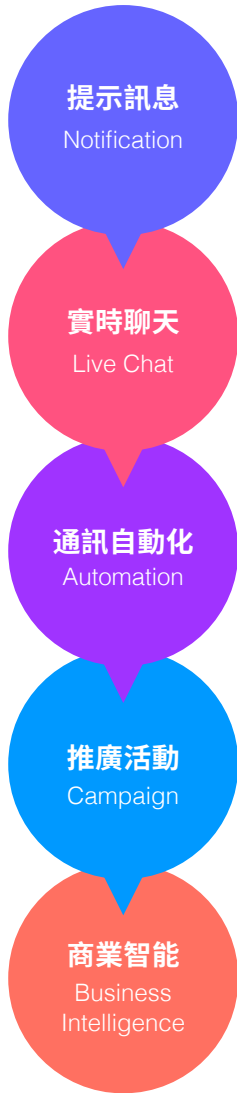
Sanuker通訊營銷自動化方案的秘訣

融匯Messenger API 及市場營銷漏斗模型 實現更有效數碼轉型體驗

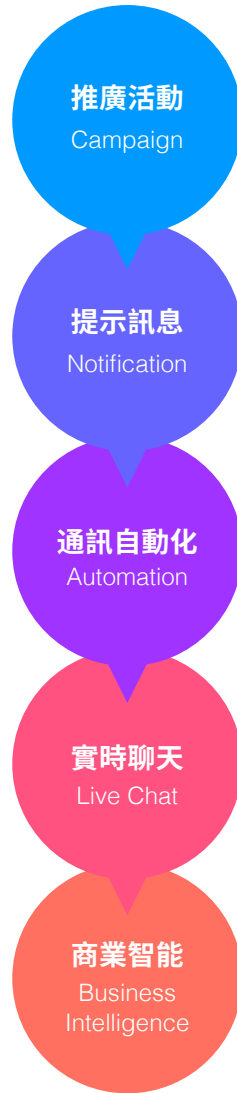
Messenger是Meta的原生產品，不單可借助Facebook或Instagram的廣告平台提升互動體驗，其手機應用程式更可強化訊息提示功能，讓客戶可隨時得悉最新資訊或優惠，提供跨平台的聊天通訊記錄。

有了以下特點，比起採用其他通訊平台，採用Messenger的通訊自動化方案更可融合市場營銷漏斗模型，由上以下全方位促進營銷，實現更有效的數碼轉型體驗。

一般的銷售流程



Sanuker x Messenger 銷售流程



銷售流程

透過創新及互動的推廣活動 (Campaign) 吸引客戶與企業開展對話, 提升品牌知名度及爆光率, 再以聊天機械人定期傳送提示訊息 (Notification), 與潛在客戶建立關係, 然後在考慮層面中以實現實時聊天 (Live Chat) 及通訊自動化 (Automation) 以低本即時處理大規模的通訊, 配合Messenger跨平台記錄聊天通訊的優勢, 讓企業可更容易掌握客戶喜好, 方便作出針對性銷售策略, 最後所收集的數據則可更有系統地實現商業智能 (Business Intelligence) 留住客戶, 大大提高客戶忠誠度並將之轉化為銷售。

Messenger X Sanuker 企業通訊自動化方案為企業 提升6大優勢

- 1 全天候於不同渠道自動化即時回應。
- 2 應答品牌客戶的常見問題，
靈活善用員工資源和提升企業競爭力。
- 3 策略性地同步處理多個客戶，應對大規模的客戶互動，
度身訂造個人化應答，讓客戶備受尊重，提升客戶體驗。
- 4 設計創新有效的市場推廣活動，增升互動率及轉化率。
- 5 整合分析客戶溝通，
了解客戶消費行為並可更準確針對營銷。
- 6 適用於不同行業，專注市場發展商機。

✉ hello@sanuker.com

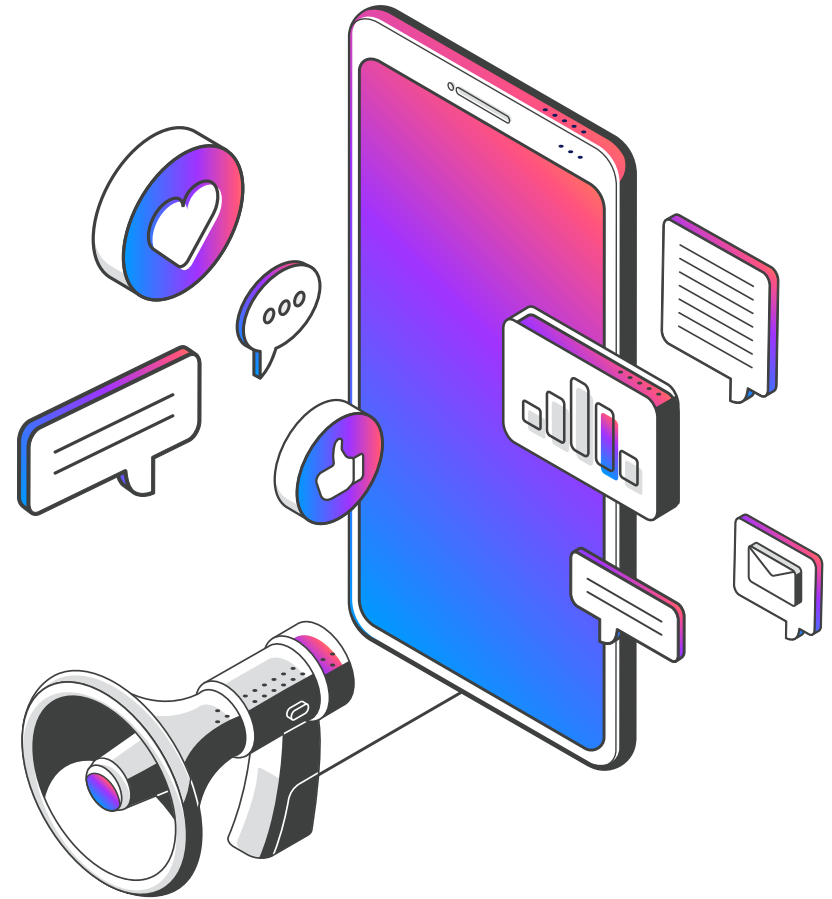


你必須認識 Messenger API

Messenger API提供了一個平台予像Sanuker一樣的程序開發員在Messenger及Instagram打造出色的Bot(機器人程式), 可用的對話元素不只有簡單的文字訊息。除了文字之外, Messenger平台還可讓您傳送多媒體(如音訊、影片和圖像), 並且以訊息範本、快速回覆、按鈕等多種形式, 提供一組結構化訊息選項。

最常用的對話元素

- 自動留言回覆
- 快速回覆
- 訊息範本
- 訊息廣播
- Instagram限時動態標示



Messenger為最受歡迎社交媒體
每月活躍用戶高達13億

最常用的對話元素

自動留言回覆

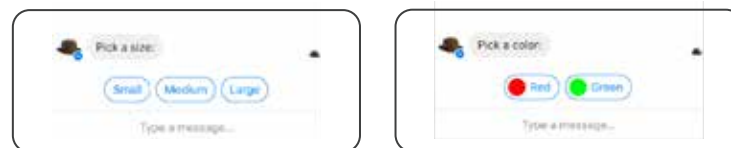
除了最常見的文字回覆外, Messenger API還可讓您以獨立訊息或附加至結構化訊息範本的方式傳送多媒體資產, 打造對話式體驗。

以下是支援的資產類型:



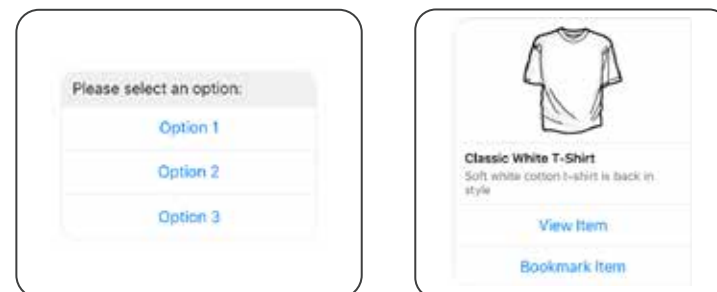
快速回覆

快速回覆可讓您在撰寫工具上方的顯眼位置, 向訊息收件人顯示一組預設選項。您也可以快速回覆中加入圖像。



訊息範本 按鈕及圖片集 carousel

訊息範本是用於支援各種不同使用案例的結構化訊息類型, 範本也支援使用按鈕及圖片集 carousel 來進一步擴充功能。訊息範本還支援一組可新增功能的按鈕, 例如, 開啟 WebView、將回傳傳送至 Webhook、分享內容等。



訊息廣播

Messenger API讓企業可向已同意 (opt-in) 的客戶發送訊息廣播, 主動與客戶聯繫。

Instagram 限時動態標示

由2021年6月開始, 品牌可向於限時動態標示了品牌專頁的用戶發送自動訊息, 如發送優惠券回贈、讚好、或私訊回覆增加互動率。

善用Messenger API 促進 對話式營銷 鞏固企業市場地位

新冠疫情帶來全球經濟危機，大眾因疫情減少外出，消費或購物習慣隨之出現爆炸性轉變，以往對e-commerce嗤之以鼻的行業，紛紛積極尋求嶄新解決方案。根據Adobe在2021年3月一份針對新冠肺炎的數碼經濟報告提及，2020年3月至2021年2月，全球e-commerce的零售額高達\$1,830億元；而相比2020年1月疫情流行前的網上銷售數額，2021年2月的數據有著230%的增長³。由CommonThread發出的綜合報告亦表示，隨著網上購物的盛行，58%的消費者增加了對通訊应用程序的使用，91%的消費者更打算未來繼續維持程式的高使用量。

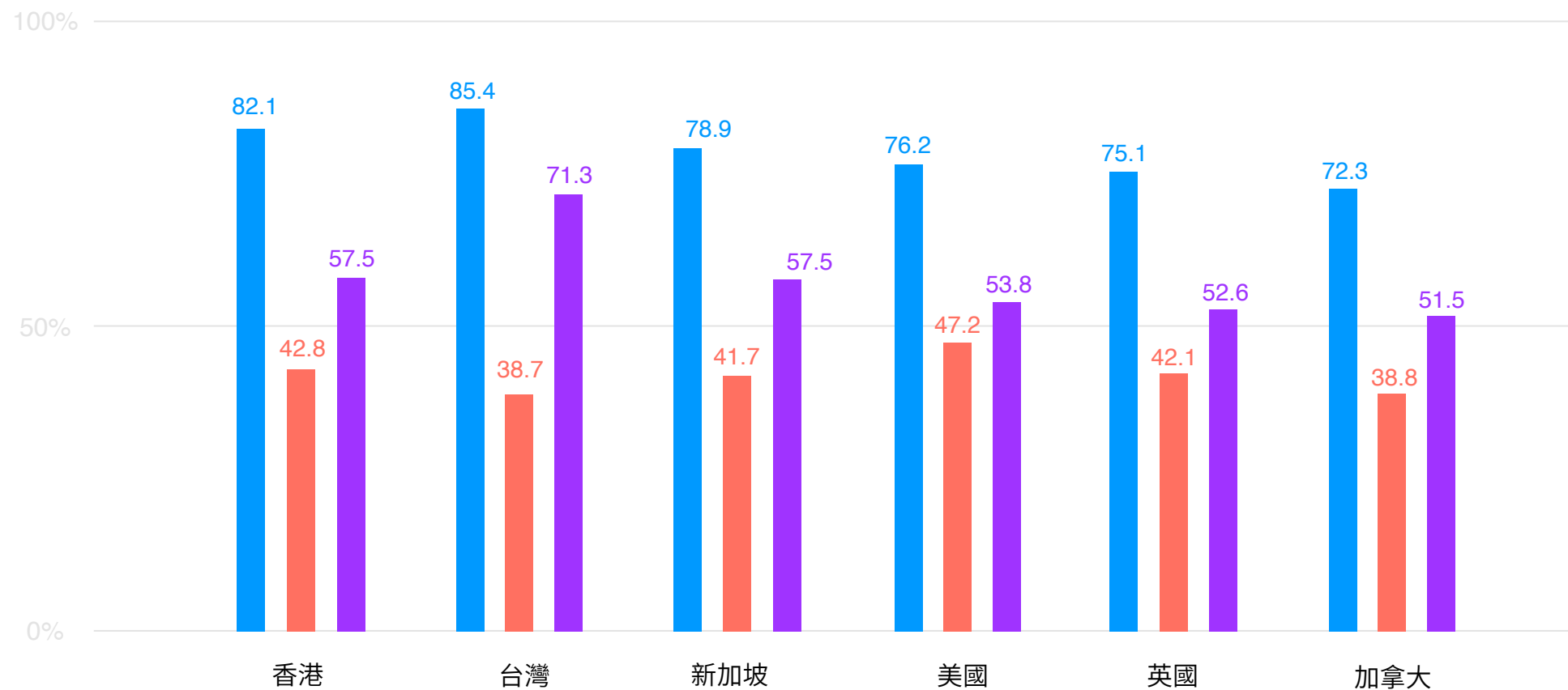
與此同時，以往商業市場沿用的傳統客戶支援服務或溝通渠道，包括電話或電子郵件等通訊方式，也隨之顯得不足及趕不上轉變。Facebook IQ編撰的《Zero Friction Solution Guide》⁴便提到，當未能妥善支援客戶，例如：貧乏應對方案、缺少對應渠道、冗長處理程序……均會招致客戶不滿。內容還引言《The 2017 SAP Hybris Consumer Insights Report》⁵指，89%受訪人士均期望商戶可於24小時內回應他們的查問。

89% 消費者期望
商戶可於24小時內回應查詢

Facebook IQ亦提出，利用Messenger可以直接及即時回應客戶查詢，還有透過Facebook合作夥伴的多元化軟件，增加更多回應客戶的方法或渠道，同時優化客戶服務體驗。的而且確，配合社交平台Facebook、Instagram使用的Messenger，逐漸變成大眾的慣用通訊渠道，無論是跟朋友聊天、上網玩遊戲、向商戶查詢產品或服務，都會用得上。Meta在2018年6月另一份問卷調查報告《Motivations, Mindsets and Emotional Experiences in Messaging (vs. Feed)》⁶中提到，普遍大眾已將Messenger視作「現代化的溝通工具」。

此外，Meta更指，截至2021年，Messenger的用戶數將達24億⁷。龐大的使用人數，顯示通訊習慣的轉變，也揭示大眾今天渴求更輕鬆、方便及直接的通訊方式，尤其在網上消費時，已不耐煩複雜的客服對答，反之希望獲取即時及實用的回覆。然而，Facebook IQ也在報告中指出，竟然仍有56.6%企業還沒設置社交平台溝通渠道⁴。

主要國家或地區 Facebook、Instagram、Messenger用戶比率(截至2021年10月)⁸



- Facebook
- Instagram
- Messenger

✉ hello@sanuker.com

自動化聊天機械人 促進消費者購買意慾

雖然普遍消費者已逐漸傾向與商戶以聊天程式溝通，但原因也不盡相同，根據Facebook IQ 另一份報告《Why Conversation Is the Future of Commerce》⁹ 指出，45%的消費者單純是查詢產品或價格資訊、35%是希望獲取即時回應、33%是覺得購物變得更容易、31%是認為可獲取個人化建議、30%是有意爭取更多優惠。

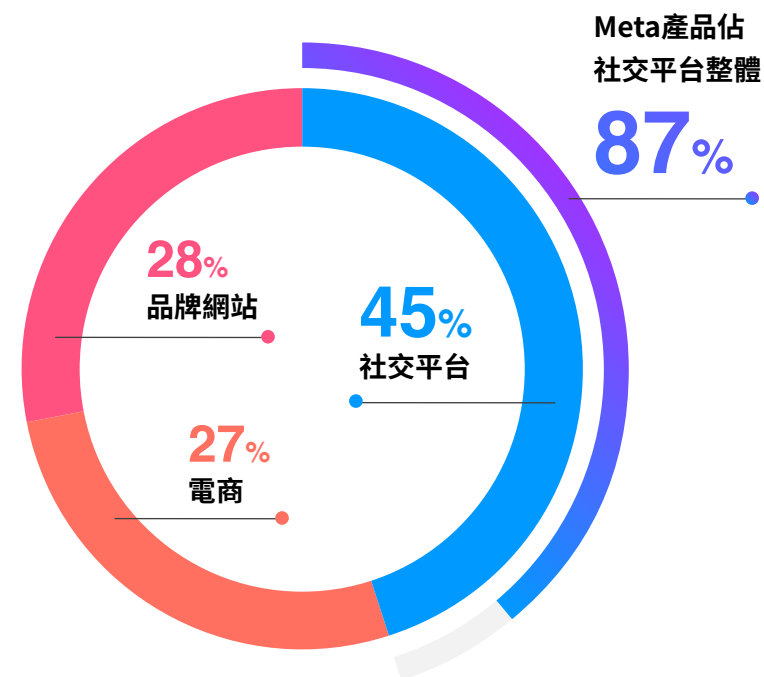
而對企業而言，客戶能即時獲取回應的同時，透過持續的對話中，可有效接收更多資訊交流，以及獲得切實幫助，對答過程亦可倍感備受尊重及關心，倍添客戶體驗。尤其在疫情下，人與人距離變得受限，聊天程式將更能體現企業對客戶的負責任態度，進而良性循環地增加消費者繼續以聊天程式作為查詢服務或獲取資訊的主要渠道。

由此可見，隨著大眾愈見依賴Messenger的同時，企業無可避免需要面對更龐大的通訊量，相比增加客服人員人手以應付所需，無論是量與質的要求上，聊天機械人的優點更顯而易見。事實上，波士頓諮詢公司 (BCG) 發布的《Conversational Commerce – the next gen of E-com》¹⁰ 調查報告，便針對美國對話式營銷進行了多項統計，其中最值得留意兩項數據。首先，報告指出美國的網絡購物交易中，15%由年青人以聊天程式生成；其次，對話式營銷近45%發生於社交平台，當中87%更在Meta旗下，足證現今社交平台於對話式營銷中的重要性。

2020至2021全球電子商務零售額達

\$2,400億美元

美國人主要透過什麼網上平台進行對話式購物？



Messenger有助 企業提供個人化方便服務

據Meta研究顯示，企業與客戶相互交流的Messenger訊息數量，每月已超過200億個，意味著每時每刻於不同地方，Messenger都正被企業用來處理客戶查詢、推廣產品、開拓業務。為簡化企業管理人員整合Messenger的時間及節省營運成本，Meta還制定簡單的解決方案，逐步協助企業建立專屬Messenger，以至擁有全年24/7工作的高效能聊天機械人，增加與客戶的互動率及流量，從而發掘潛在客戶及增加銷售額。

隨著Instagram用戶數量的增加，以至消費習慣的傾向轉變¹¹；

87% 消費者在Instagram瀏覽產品的介紹後會有所行動

54% 消費者在Instagram看到某產品或服務後，會立即選擇購買

42% 消費者表示Instagram有助發現產品或服務

65% 消費者會在瀏覽品牌的Instagram後，到訪其網站

Meta亦把Messenger API開放到Instagram，讓Instagram商業帳號亦可享Messenger API帶來的好處。為Messenger合作夥伴的Sanuker，自2021年6月起也推出針對Instagram Messenger的聊天機械人，方便Instagram商業帳號透過手機程式管理自己的Instagram訊息，以及透過包括Instagram Feeds、Stories、Mentions、DMs等不同渠道與客戶分享資訊，並同時可與Meta整合，互補長短。

已部署Instagram Messenger API，來自馬來西亞的Kiehl便分享表示，透過Messenger可輕鬆處理及跟進來自Instagram的訊息，當中20%的查詢最後更轉為銷售成績。專售化妝用品的Sephora亦指，自整合API後，大大增加企業行動力，能夠更快速及點對點地應對客戶查詢，相較從前，整體更是節省了約15%的時間，效率提高不少。¹²



smarters 商務總監
Pietro Bujaldon

“從Instagram整合Messenger API的內部測試階段，我們已被選為首批參與部署的合作夥伴之一。取得的結果是，就著與顧客溝通的效率上而言，我們的客戶亦獲顯著提升，平均節省了40%的時間。今天，我們很榮幸可將此服務推展給更多客戶，協助他們透過具實效的溝通渠道，聯繫及吸納更多新顧客。”



Banggood.com 行政總裁
Aron Chen

“隨著社交平台進行網上直播的趨勢上升，我們明顯需要將這股熱潮引進到數碼銷售策略之中。Meta的即時通訊程式Messenger，有助我們為顧客提供自動化的無縫通訊體驗，讓用戶獲取最新消息、優惠詳情、產品資訊，從而增加購買意慾及銷售額。”



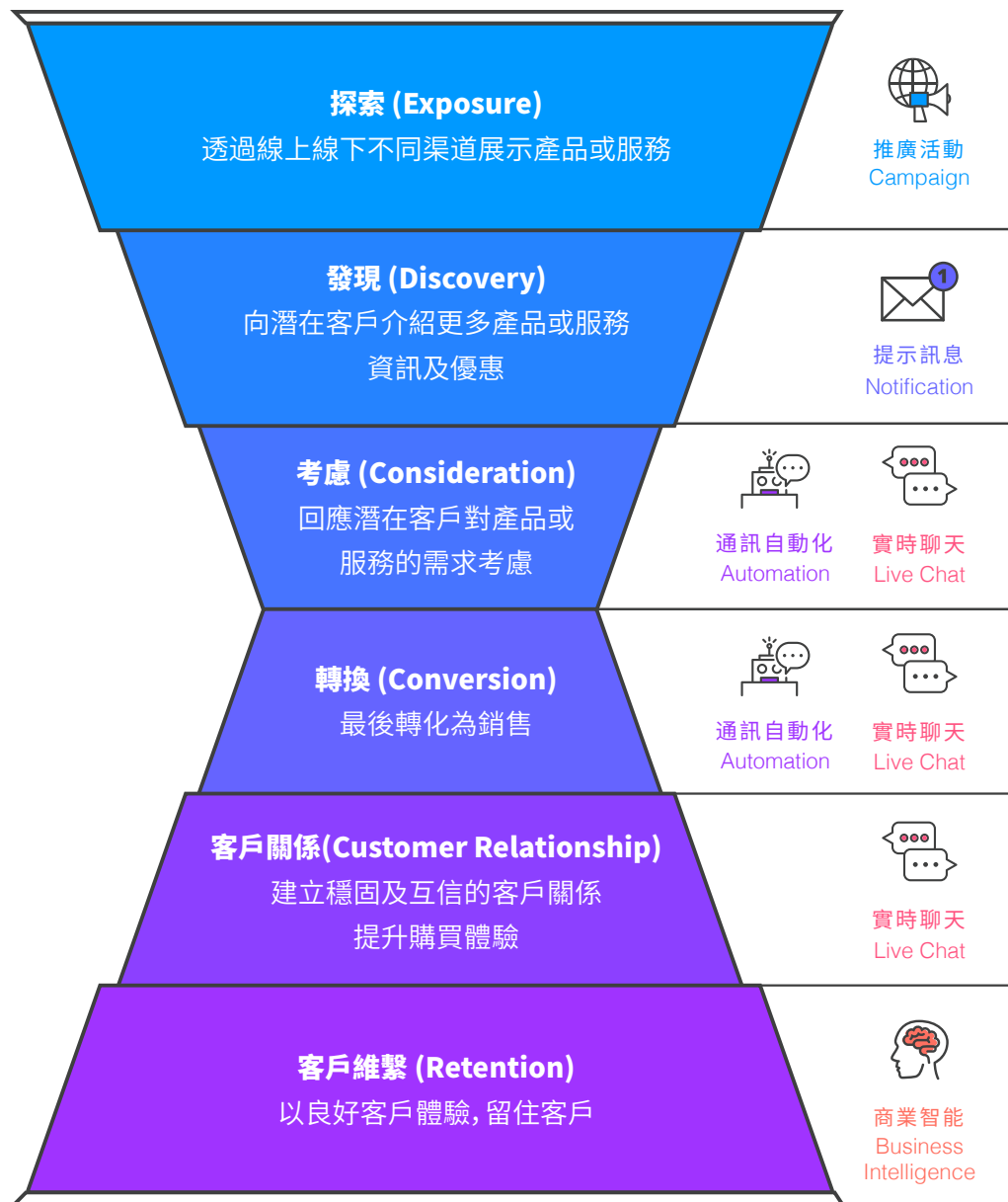
TP Bank 數碼銀行首席總監
Hoai Nam Tran

“Messenger是個有助服務變得自動化的高效工具。透過BoostML的協助，我們可為顧客提供更順暢、方便及全面的客戶服務體驗的同時，亦可節省營運成本。顧客能夠因應自己需要，隨時透過任何網上渠道，使用我們的銀行服務。”



H&M 全球通訊顧問
Sanne Busschots

“我們很高興能夠成為首批使用Instagram Messenger API的企業。通過Instagram Messenger，我們可以更快為客戶傳遞訊息。為客戶整合服務流程後，不單效率提升31%，客戶滿意度更增加至9.5分。”



體現聊天機械人 龐大潛能

善用聊天機械人, 可為企業帶來更多商機與優勢, 以通訊營銷中消費流程常用到的「數碼漏斗」作參考, Sanuker 的 Messenger 自動化聊天機械人, 結合其獨特的銷售流程, 將原本最底層較狹窄的「漏斗口」客戶關係 (Customer Relation), 變得更拉闊, 亦可新增客戶維繫 (Retention) 層, 為企業帶來穩固客源, 確保銷售, 有著更多的發展空間。

Sanuker 通訊營銷消費流程的數碼漏斗模型

hello@sanuker.com

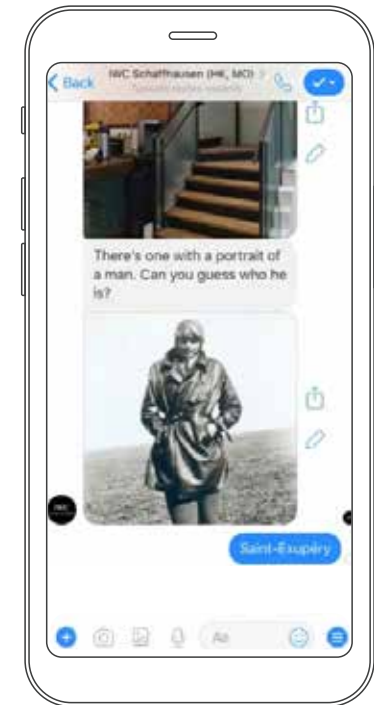
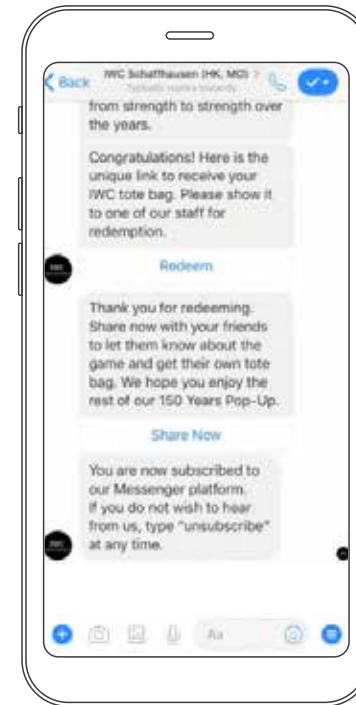
IWC推出150周年 線上線下周年慶送禮遊戲



推銷活動(Campaign)

探索 (Exposure)

萬國錶IWC是世界第二大奢侈品公司瑞士曆峰集團旗下的鐘錶品牌。IWC為慶祝150周年舉辦了不同的推廣活動，其中包括開設快閃實體店，並與Sanuker合作建立屬於自家品牌的聊天機器人，並舉行O2O線上到線下的周年慶送禮遊戲，讓25至35歲的年青目標客戶只需回答5條簡單的圖像問題，即可推薦最符合其喜好的名錶款式，協助增設活動人流、回覆大量的客戶服務需求和增加與現場快閃店員工的互動交流。



項目最終成功透過聊天機械人錄得以下數據：

聊天機械人對話記錄超過

10萬次

參加人數超過

1.1萬

快閃店銷售額

↑45%

快閃店每日平均客流量

↑20倍

收集客戶數據達

23%



N-Time Notification Beta

定期提示客戶



訊息提示 (Notification)

發現(Discovery)

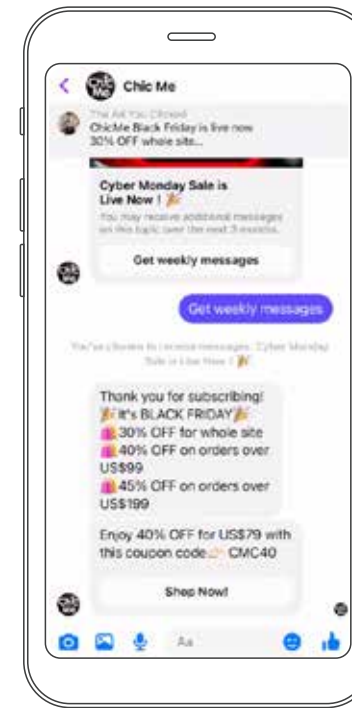
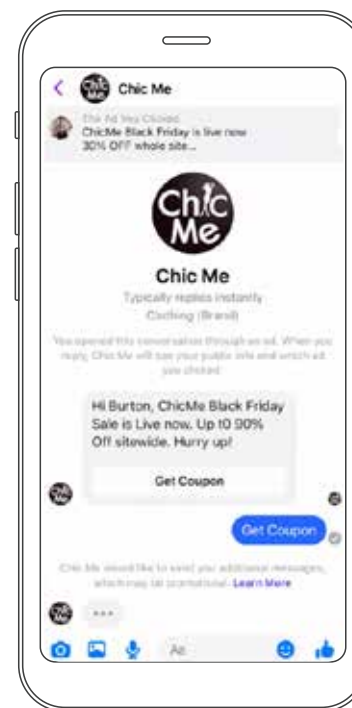
Meta全新N-Time Notification功能,在2021年11月預先進行內部測試。此功能可供企業將最新推廣訊息,以每日、每周或每月的頻率推送給參與計劃的客戶,借此既能鼓勵潛在客戶的參與感,企業也可定期更新客戶喜好以重新制定銷售策略。從有份參與內部測試的品牌的初步成效:

訊息發布高達

2倍

與傳統eDM比較,
訊息被閱讀比率高達

7倍



ChicMe善用聊天機械人及自然語言處理回覆客戶



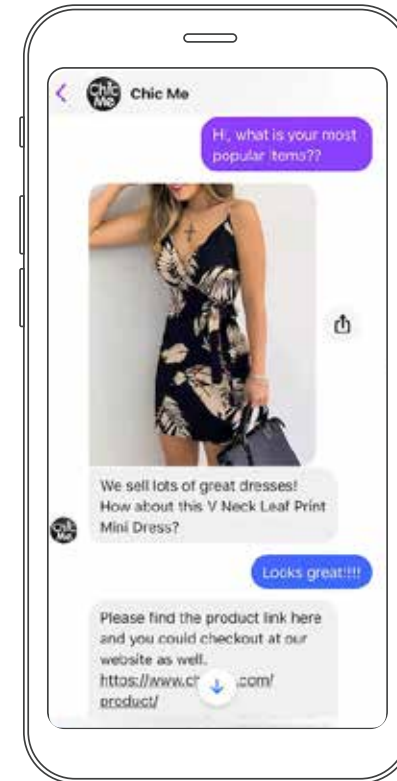
自動化 / 真人客服

考慮 (Consideration)

轉換 (Conversion)

客戶關係 (Customer Relationship)

從事跨境網上服飾售賣業務的ChicMe, 透過Sanuker的協助, 在網站內添加Messenger的入口點, 利用聊天機械人的自然語言處理(NLP: Natural Language Processing), 處理和分析大量自然語言數據, 尤其是客戶的重覆性問題。Sanuker更設定關鍵詞以觸發NLP的模版訊息回覆, 並能以圖片、視頻、文件等解決客戶查詢疑問; 此外, Sanuker亦為ChicMe制定獨立的Google DialogFlow實例以訓練NLP, 並配合實時渠道應付較複雜問題。Messenger更創建了訪客模式(Guest Mode), 使到沒有Facebook或Instagram帳戶的客戶, 仍可以透過Messenger與公司聯繫。



ChicMe 技術總監Li Feng

“Sanuker為我們創建的Messenger表現非常優秀, 令我們能夠迅速了解客戶需要及爭取新興市場優勢。”

✉ hello@sanuker.com



18

短短半年間, ChicMe的業績已取得顯著增長:



綜合Messenger不同入口點,
經對話後成功售出貨品達

20%

長途電話查詢率

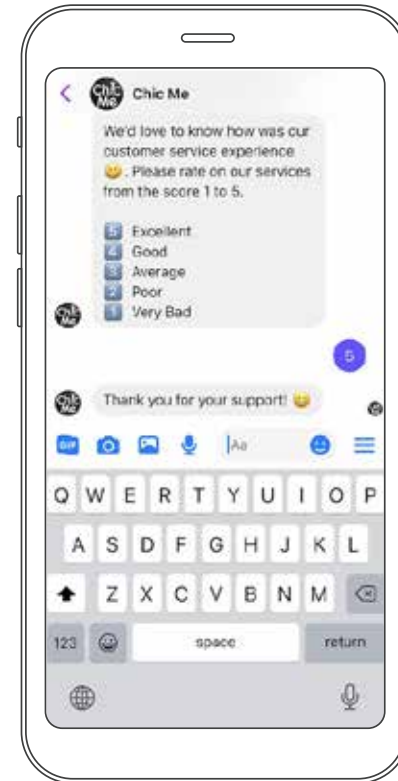
↓ 30%

顧客滿意度

↑ 15%

使用Messenger
與公司溝通的用戶

↑ 36%



Lexus歸類客戶名單

商業智能 (Business Intelligence)

客戶維繫(Retention)

善用聊天機械人，企業可收集客戶的喜好及有用數據，從而作出分析，制定更適用的銷售策略。Lexus汽車透過與Sanuker合作創建的聊天機械人，只須簡單幾條問題，便可為客戶選擇匹配其個性的汽車款色，繼而通知銷售團隊作出跟進。

與此同時，Lexus亦將可收集到客戶的興趣及駕駛習慣，有助日後的推度活動。事實上，一旦聊天機械人能夠取得足夠多的客戶數據，企業將更容易分析及找出潛在客戶，以至建立更穩固客戶關係。

成交數量大大提升了

↑ 40%

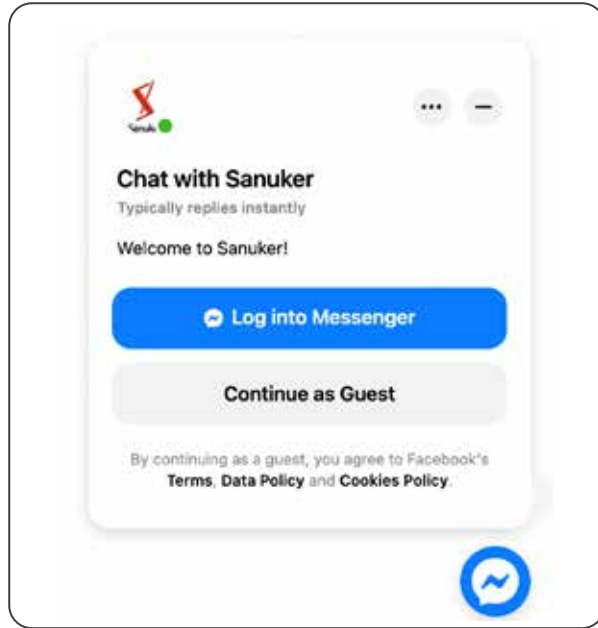


Messenger

為企業營銷創建入口點

不少企業已證實, 透過Messenger以至創建聊天機械人, 所帶來的商機及營運優勢, 尤其是在通訊營銷自動化潮流下, 能夠有效穩固市場地位。為了更方便容易可與客戶展開對話, Messenger有頗多入口點 (Entry Points), 方便企業在不同渠道建立Messenger聊天機械人, 主動與客戶產生互動。

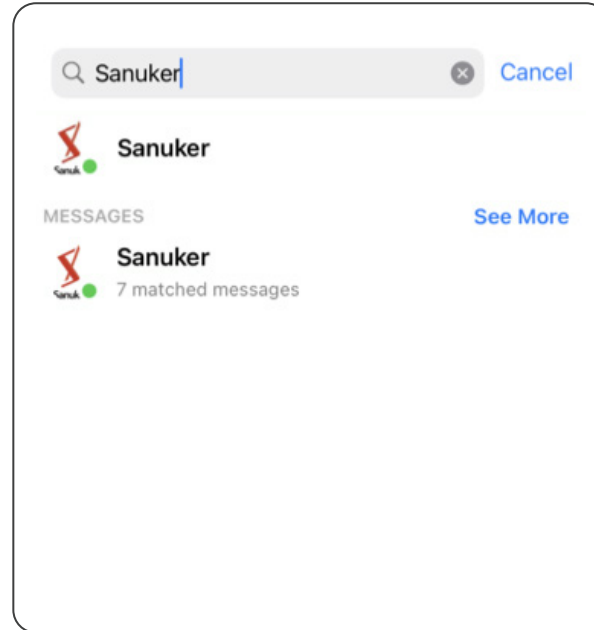
對話入口點



網站附加聊天插件 Chat Plugin

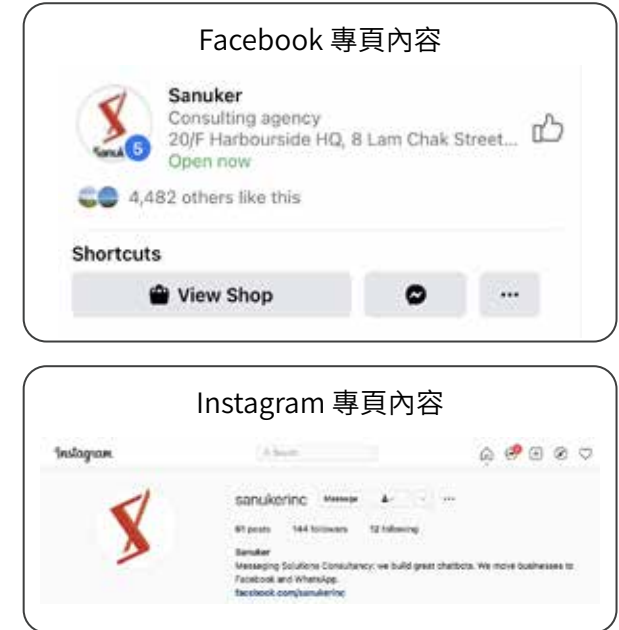
透過網站附加聊天插件，企業可以將Messenger整合到自己公司的網站，並加入成為一個網站插件，讓客戶在瀏覽公司網站時顯示於當眼位置，隨時一按展開互動對話。配合聊天機械人方案，可持續在客戶需要時提供產品或服務等訊息；更可自訂不同的主題，引導顧客與企業展開對話，例如：打招呼、主題、語言等項目，令對話變得個人化及提升客戶體驗。

✉ hello@sanuker.com



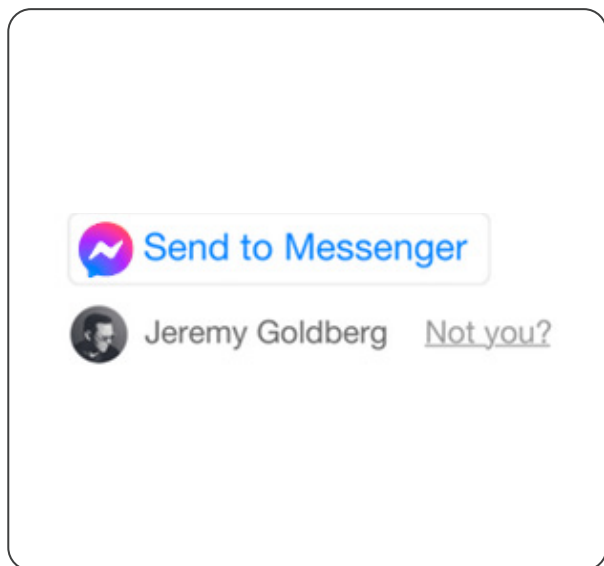
搜尋 Search

客戶可於Messenger的搜尋欄中輸入企業的聊天機械人關鍵字，即可輕鬆展開對話，同時Messenger的智能識別系統亦會為使用者顯示建議字串。



Facebook / Instagram 專頁 Facebook / Instagram Page

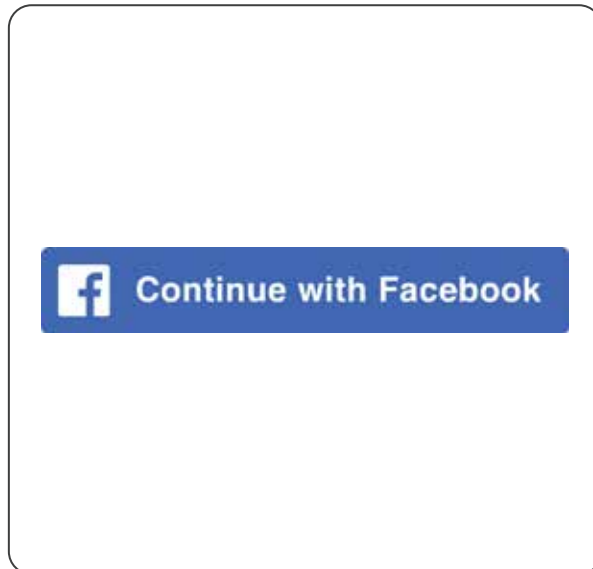
透過搜尋企業的Facebook或Instagram專頁內容或動態消息帖子，客戶也可利用「傳送至Messenger (Send to Messenger)」開啟聊天機械人。



網頁附加程式

Web plugin

Messenger提供各式各樣便於整合的附加程式，例如：「傳送訊息給我們(Message Us)」、「Messenger直達廣告」、「框附加程式(Checkbox Plugin)」等，讓客戶可容易從網頁轉至聊天機械人。



Messenger 登入連結

Login Connect with Messenger

公開測試中

透過搜尋企業的Facebook或Instagram專頁內容或動態消息帖子，客戶也可利用「傳送至Messenger (Send to Messenger)」開啟聊天機械人。



m.me連結

m.me Links

客戶可於Messenger的搜尋欄中輸入企業的聊天機械人關鍵字，即可輕鬆展開對話，同時Messenger的智能識別系統亦會為使用者顯示建議字串。

增加更多入口點
讓客戶更容易與聊天機械人進行互動

✉ hello@sanuker.com

Sanuker +



23

當即時回應 成為服務體驗的必需品

在對話式營銷的推動下，企業能夠即時回覆用戶諮詢已是必要條件。尤其對首次購物的客戶面言，即時回應有助建立關係，更有效將潛在客戶轉換成銷售交易，購物者也可在消費過程取得更佳體驗。

透過聊天機械人的協助，聊天機械人有助企業將產品或服務訊息主動發布，讓潛在客戶發現；而在客戶層面，亦更能提高銷售方的信譽，對產品也更有信心。此外，透過訊息、圖片或視頻，以甚至是貼心的個人化建議，客戶將更了解產品及附加產品，買賣雙方容易達至雙贏。

客戶透過聊天機械人客製化內容，在購物過程中更易選擇到合適自己的產品及爭取到更多的額外促銷優惠或折扣，送貨、付款或其他售後服務，亦可以提出彈性處理。即使交易完成後出現問題，透過聊天機械人也更有效及快速解決，客戶日後也可隨時收到相關產品或服務的更新訊息，達至更完善的購物體驗。

 hello@sanuker.com

 Sanuker +



24



簡單整合 不同行業通訊模式

Sanuker是Messenger的合作夥伴, 主要協助企業傳遞商業訊息, 並致力提供一站式自動化聊天方案的諮詢、設計、培訓和安裝服務, 務求各行各業均可抓緊通訊營銷自動化帶來的機遇, 在各所屬行業中取得穩固地位。

Sanuker x Messenger 方案可增加企業優勢



善用聊天機械人於不同行業

e-Commerce

- 整合Facebook、Instagram、Messenger及網站的客戶數據和活動
- 通過促銷活動接觸潛在客戶
- 按客戶消費習慣, 回饋銷售資訊
- 提高客戶滿意度

旅遊

- 設置簡單問題協助選擇旅遊目的地
- 提升客戶滿意度

零售

- 提供O2O購物體驗
- 發送促銷優惠以吸引客戶
- 推動客戶積極參與創意營銷售活動
- 提升品牌形象
- 提升客戶滿意度

餐飲

- 發送節日促銷優惠

奢侈品

- 鼓勵參與創意活動
- 通過預設問題引導客戶瀏覽產品目錄並推薦產品

保險

- 處理客戶對產品比較的基本查詢
- 設置簡單篩選問題, 協助選擇產品
- 即時聯繫代理

銀行業

- 廣發最新產品資訊提高登記意慾



參考文獻

- 1 Facebook Messenger Statistics: User Facts and More
- 2 【#市場資訊「2021年必須知道的 Instagram 統計數據」@Instagram的成長幅度】
- 3 Adobe Digital Economy Index: COVID-19 Report
- 4 Zero Friction Solution Guide
- 5 The 2017 SAP Hybris Consumer Insights Report
- 6 “Motivations, Mindsets and Emotional Experiences in Messaging (vs. Feed)” by Sentient Decision Science
- 7 20+ Incredible Facebook Messenger Statistics in 2021
- 8 NapoleonCat.
- 9 Why Conversation Is the Future of Commerce
- 10 “Conversational Commerce – the next gen of E-com” by BCG
(Facebook-commissioned study of 8,864 people across BR, ID, IN, MX, MY, PH, TH, US and VN), Aug2019. Respondents, who bought from a business in the past 3 months using messaging, or sold to a customer in the past 3 months using messaging, May-August 2019. Source for internet messaging (IM) penetration is survey data and time spent on IM is an estimate based on ComScore data and survey data.
- 11 How Businesses Can Maximize Mega Sale Day Moments in APAC
- 12 The Wait Is Over: Messenger API for Instagram Is Now Available to All Developers



聯繫我們

- ☎ 電話 +852 8193 0577
- ✉ 電子郵件 hello@sanuker.com
- 📱 Bot <http://m.me/sanukerinc>
- 🌐 網址 <https://sanuker.com/>

關注我們

- 🌐 LinkedIn [@sanuker](#)
- 📘 Facebook [@sanuker](#)
- 📷 Instagram [@sanuker](#)



請掃描二維碼，以查看更多電子書。