

Look Sharp, Look Deep

賦予成功未來



Professional Partner for Your Website Success

# WebNibbler 在線上學習網站之應用範例

By CCMedia

Don't scratch the surface, scratch deep

Blindfolded? / In the dark? / Lost?

Try WebNibbler

e-Learning 線上學習網站的經營成效剖析

e-Learning 線上學習的內涵

找對方法與工具提昇經營績效

認清訪客的真面目 - 訪客分析篇

叫好又叫座 - 課程內容篇

別讓他迷失方向 - 網站動線規劃

篇

結語

## e-Learning 線上學習網站的經營成效剖析

自 2002 年政府以「數位元年」為起點，積極推動「數位台灣計畫」，包括線上學習（e-Learning）在內的數位內容產業被視為重點推行項目。同期的網路盛行與科技創新，也帶動一條嶄新的教育改革管道，運用網路作為媒介、擷取學習資訊的線上學習模式應運而生，改變傳統教學中教師的功用和師生間關係。這種線上學習行為的演化更影響到你我及下一代從基礎學程教育到進入職場後進修，甚至終身學習的模式，同時這一波的學習革命也創造了無限的商機。

## e-Learning 線上學習的內涵

根據美國訓練與發展協會（ASTD）的定義，e-Learning 是指透過網路電子技術實施教學內容，達成教學目標的學習模式，其範圍包含了電子化學習、網路化學習及遠距教學。而資策會 MIC 將我國線上學習產業分為包括解決方案業者與線上教學服務業者兩大類。解決方案業者包括「平台/工具提供者」、「專案服務提供者」、「內容提供者」三類，以企業、政府與教育服務業者為目標客戶；「線上教學服務業者」的服務對象主要以個人消費者為主，提供與 e-Learning 學習有關的經營服務或網站服務，與傳統教育服務方式相輔相成。這些「線上教學服務業者」，大多數均以提供國、高中教材之課程內容、題庫及語文學習為主，其他則以在職進修課程及教育訓練代管服務為主。由於台灣網路環境蓬勃發展、電腦普及化、政府資訊科技融入教學政策等影響，網路上也產生許多因應此波「教育網路化」（Webucation）的線上學習網站，例如：傳統國中小學教科書出版業者開始投注心力朝教科書數位化教學模式邁進，積極開發數位化教材，投入線上學習的市場。

## 找對方法與工具提昇經營績效

不過，經營一個線上學習網站、尤其是提供付費內容為主的收費型線上學習網站，挑戰難題之多遠超乎正常想像。光做到網站例行性內容更新維護，業者就需源源不斷地投入資源進行課程內容開發，將課程內容數位化，還要兼顧網站經營的其他構面，像帶進流量、會員管理、獲利創造…等，實屬不易，若能透過網站訪客行為分析工具的檢視與追蹤，取得有效的網友瀏覽行為數據加以分析，再從中找到改善點，對網站經營者而言，將是提昇線上學習網站經營績效的最佳利用工具。本文從「訪客」、「課程內容」、與「動線規劃」三種構面，針對網站經營者關心的問題，輔以使用線上分析工具來提供建議，給予線上學習網站經營者作為未來應用上之參考。

為了便於進行探討，本文中所提及的線上學習網站，在此界定為：以個人消費者為主要客群的「線上教學服務業者」、利用經營網站之方式，提供多樣化學習主題，如專業知識、在學進修、語言學習等服務，供網友學習使用。

e-Learning 線上學習網站的經營成效剖析

e-Learning 線上學習的內涵  
找對方法與工具提昇經營績效

**認清訪客的真面目 - 訪客分析篇**

叫好又叫座 - 課程內容篇

別讓他迷失方向 - 網站動線規劃

篇

結語

## 認清訪客的真面目 - 訪客分析篇

在經營線上學習網站的過程中，如何有效地創造網站流量、吸引訪客造訪，絕對是成功經營的第一要務。但是透過各種行銷活動、宣傳方式所吸引之訪客，能否為網站帶來實際價值，則是更重要的經營課題。本文所探討的訪客，其實包括了三種角色：「首次造訪」、「再次造訪」、「登入造訪」(即會員)，他們在網站上的瀏覽行為及偏好會有不同的差異，以下的討論會以這三種角色加以分析。在進行訪客分析之前，不知您對於來線上學習網站造訪的訪客，有多少了解？

### ■ 誰來造訪？

線上學習網站經營者首先要掌握如何從眾多流量中判斷「首次造訪」、「再次造訪」、「登入造訪」的訪客數量比例。若是「首次造訪」的訪客數量可反映出該網站知名度與宣傳曝光績效；而「再次造訪」的訪客數量則反映了對該網站感興趣的潛在客戶群規模；至於「登入造訪」的訪客數量則表示網站會員對網站的使用程度。透過網站基礎統計分析(Summary Analysis)，可了解訪客的造訪次數、造訪人數、統計特定天數內瀏覽網頁數，還有新訪客及舊訪客之次數及所占百分比，以及何時、從何處造訪。

#### ▲ WebNibbler 提供的網站基礎統計分析(Summary Analysis)

包括：

1. 網站總覽 2. 統計總覽 3. 地區總覽 4. 各時段流量

WebNibbler 可統計特定天數內瀏覽網頁數 (pageview)、造訪 (visit) 次數、首次造訪次數、訪客人數、登入人數及已驗證訪客人數，並依照所設定的條件，顯示造訪次數、首次造訪次數、再次造訪次數、新訪客及舊訪客之次數、地區及所占百分比等統計數據。

使用上述網站基礎統計分析(Summary Analysis)得到的基礎統計數據，可幫助線上學習網站輕鬆掌握網站每日的訪客人數比率、造訪率、瀏覽網頁數...等經營概況，是事半功倍、不可或缺的一項分析工具。想要有更深入的數據分析，在此建議您利用與網站使用行為有關的造訪習性分析(Visit Analysis)、及訪客動態分析(Visitor Analysis)，掌握訪客造訪線上學習網站的習性，藉此推測其造訪目的，再從中篩選出哪些訪客可能轉換成顧客。

#### ▲ WebNibbler 提供的造訪習性分析(Visit Analysis)

包括：1. 造訪比率分析 2. 深度造訪分析 3. 造訪黏著度分析  
4. 網站造訪績效評比 5. 網站造訪黏著度評比

#### ▲ WebNibbler 提供的訪客動態分析(Visitor Analysis)

包括：1. 訪客比率分析 2. 訪客黏著度分析 3. 網站訪客績效評比  
4. 網站訪客黏著度評比

WebNibbler 能針對造訪行為與訪客之間，在造訪次數、瀏覽頁數、造訪停留時間等進行比較分析，找出黏度高的訪客，作為未來將訪客轉換成顧客的參考指標。

e-Learning 線上學習網站的經營成效剖析  
e-Learning 線上學習的內涵  
找對方法與工具提昇經營績效  
認清訪客的真面目 - 訪客分析篇  
叫好又叫座 - 課程內容篇  
別讓他迷失方向 - 網站動線規劃篇  
結語

另外，若您採用電子報(e-mail)、橫幅廣告(banner)、關鍵字搜尋服務、或是在其他網站進行廣告刊登行為來吸引訪客造訪，想了解這些行銷活動帶來的效益有多大，進一步瞭解這群受到吸引的客群，他們的習性、瀏覽行為、消費行為等，藉由掌握相關的資訊，作為改善網站內容與架構的基礎，或作為下一步進行市場區隔的依據，則可使用行銷活動分析(Marketing Analysis)來具體衡量成效。

#### ▲ WebNibbler 提供的行銷活動分析(Marketing Analysis)

包括：

1. E-mail Analysis (電子郵件分析)：基本效益分析 / 延伸效益分析
2. Banner Ad Analysis (橫幅廣告分析)：基本效益分析 / 延伸效益分析
3. External Sites Analysis (外部網站分析)：外部網站來源分析 / 合作網站來源分析 / 合作網站效益分析
4. Search Engine Analysis (搜尋引擎分析)：外部搜尋關鍵字 / 內部搜尋關鍵字

WebNibbler 能針對網站所實行的行銷活動效益進行分析，透過不同的活動主題對於訪客的吸引力不同，當該行銷活動能成功得引導訪客進行造訪後，便可進一步針對訪客在網站上的行為及其會員資料進行細部區隔，作為未來實行顧客關係管理及區隔行銷的依據。

在瞭解誰來造訪您的線上學習網站後，接著我們要從這些訪客中找出誰可能成為您的顧客。

#### ■ 誰才是您真正的顧客？

從眾多「首次造訪」、「再次造訪」的訪客流量中，找出未來可以轉換成真正顧客的對象不是一件容易的事。針對各類型的線上學習網站，由於服務的目標客群不同，不見得能夠使用同一套對訪客認知概念來套用。以提供國小課程的線上教學網站為例，使用者為國小學童，但購買服務者可能為學童的父母，因此造訪的網友就會形成兩極化的族群分布。對這種使用者與購買者不為同一人的情況，若是沒有對訪客的背景有深入的了解，就很可能犯了只經營潛在使用者的訪客族群、卻忽略經營潛在購買者的訪客族群之錯誤。

想衡量訪客能否為網站創造價值，除了得知他們從何時何處來造訪網站多少次之外，尚需更進一步的訪客基本資料來加以判斷，像性別、年齡、教育程度、職業...等項目，這些項目能協助網站經營者具體描繪出訪客輪廓及訪客結構，評估有多少比例的訪客吻合網站目標客群條件。

為了有效獲取「首次造訪」、「再次造訪」的訪客基本資料，有愈來愈多的收費型線上學習網站開始提供免費課程試用服務，前提是要求訪客先留下個人基本資料成為一般會員，待這群一般會員試用課程之後若感到滿意，則再付費購買其他課程成為VIP會員。這樣的作法帶來了三項好處，一是可先取得訪客的個人資料作分析，二是可篩選

- e-Learning 線上學習網站的經營成效剖析
- e-Learning 線上學習的內涵
- 找對方法與工具提昇經營績效
- 認清訪客的真面目 - 訪客分析篇
- 叫好又叫座 - 課程內容篇
- 別讓他迷失方向 - 網站動線規劃篇
- 結語

掉對網站缺乏興趣的游離訪客，三是增進訪客日後付費使用線上學習課程的機會，值得還沒這麼做的網站經營者仿效實行。

**▲ WebNibbler 提供的客群分析功能**

包括：1. 客群比較功能                      2. 客群篩選功能

WebNibbler 提供客群比較功能包括性別、年齡及訪客類型，更可依照對您網站有意義的客群進行客製化分類方式，如依照教育程度、職業、所得、會員等級等等，透過這些訪客分類，讓網站經營者能有效掌握到不同區隔群間的差異及區隔群間是否有哪些關聯性，如男性訪客跟女性訪客間的造訪行為差異為何，又不同年齡的男性及女性其造訪頻率有無關聯性等。

WebNibbler 更提供客群篩選功能且可多重選擇，讓管理者能將訪客範圍縮小，更精確凸顯不同區隔群間的異同，如同為大學程度且年齡落在 25-30 歲之間的服務業男性與女性此兩區隔群，其消費習慣與偏各好為何，其之間有哪些異同，透過這樣的資訊，提供您針對不同區隔群進行差異化行銷，發揮最大行銷效益。

■ **如何把訪客轉換成顧客？**

一旦成功創造了網站流量，將訪客吸引進入網站造訪後，接著我們要挑戰如何把訪客轉換成顧客。從訪客轉換成顧客的過程，可以概分為以下三階段：

網路訪客的生命週期			
階段	1. 訪客獲取階段 (Acquisition)	2. 訪客培養階段 (Cultivation)	3. 訪客維持階段 (Retention)
經營目標	設法讓匿名訪客轉換為註冊會員。	設法讓註冊會員中轉換為有交易的顧客。	設法讓所有交易的會員顧客當中，再次消費。

對於收費型的線上學習網站來說，其最終的經營目標是收取課程費用，如何有效的將匿名訪客由首次造訪轉換為會員、再讓他成為顧客去付費購買課程，是此類型網站的轉換重點。

讓我們再次重新思考「瞭解您網站訪客行為的本質」這件事情上。由於訪客一定是在經歷了某件事或某些過程後，才會決定想要加入會員或是付費購買您的線上課程服務，進一步去探討原因，將不難發現影響他們作決定並採取行動的關鍵大部份在於您的網站有無滿足到訪客的二個需求：

1. 提供訪客所需的課程內容及服務 (產品提供面)
2. 給訪客一個滿意的瀏覽經驗 (動線規劃面)

e-Learning 線上學習網站的經營成效剖析

e-Learning 線上學習的內涵  
找對方法與工具提昇經營績效  
認清訪客的真面目 - 訪客分析篇

叫好又叫座 - 課程內容篇

別讓他迷失方向 - 網站動線規劃篇

結語

## 叫好又叫座 - 課程內容篇

讓訪客決定想要加入會員或是付費購買您的線上課程服務的其中一項關鍵原因是：您的網站提供了訪客所需的課程內容及服務。關於線上學習課程內容的好壞優劣，大部分業者會從「教材課程內容設計」、「使用者介面設計」與「人際互動性設計」這三項重要指標，再加上「課程使用者的學習效果」加以綜合評量。

但線上學習網站的經營者在發展新課程內容時，要怎麼得知訪客真正的需要？有什麼依據可以作參考？有些經營者直覺想到可採用像：使用者學習線上調查..這類的方法，不過，你也可以嘗試另一種更輕鬆的方法找出答案。本章節並非從課程設計的角度切入探討，而是告訴經營者使用功能強大的線上分析軟體，透過訪客在使用線上學習課程時的瀏覽行為分析，更能輕鬆獲取課程開發方向的改善依據。

### ■ 讓每個課程單元都熱門

這是所有收費型線上學習網站經營者的最大心願，課程內容愈熱門，獲利就變得可很觀。既然如此，那我們就使用網站使用狀態分析(Usage Analysis)先找出網站上最熱門、最冷門的單元，然後從前面提到的四項重要指標「教材課程內容設計」、「使用者介面設計」、「人際互動性設計」、「課程使用者的學習效果」進行單元之間的比較，找出它們為何受歡迎(與不受欢迎)的原因，作為日後課程設計的參考依據。

除了找出單一的熱門單元網頁外，還有以網站內容群組方式來分析的數據資料，也可提供您絕佳的參考。例如：您網站上提供的課程內容已經作好群組分類，那麼透過 WebNibbler 的分析，我們可以看出不同類型的課程被訪客瀏覽或使用的情況，就知道哪些類型課程受歡迎的程度。

此外，線上學習網站的訪客背景不同，喜歡的課程單元應該也有所差異。以下圖為例，WebNibbler 針對網站所提供的內容進行分析，並可以訪客的資料作交叉比對，可清楚取得不同區隔群對於內容需求的異同，可看出男性與女性兩大客群對於購物網站上產品需求的差異。如果未來能做到提供個人化的課程內容給不同的訪客，相信這必能大大提升每一位訪客使用課程的滿意度。

#### ▲ WebNibbler 提供的網站使用狀態分析(Usage Analysis)

包括： 1. 網頁分析 2. 熱門項目分析 3. 虛擬網站架構分析

WebNibbler 可提供網站上各單元網頁的熱門程度及績效進行分析，另外也可針對不同族群對於內容需求差異的分析，可瞭解不同區隔群間所需要的內容服務各為何，藉由此分析，可以做為未來改善網站內容的參考，提供更客製化導向的網站內容服務。

所以，光是使用網站使用狀態分析(Usage Analysis)就能得到這麼多寶貴的分析結果，相信對線上學習網站而言是非常實用的分析工具。若能再加上其他像瀏覽動線分析(Navigation Analysis；下一章節會提到)，透過這些分析結果，針對較受歡迎的課程內容應該定期的去更新，針對一些看來似乎不受欢迎的課程，也許只是因為它被擺放的位置不佳、或是被分在不適當的類別中所以被網友忽略了課程內容，也可試著

e-Learning 線上學習網站的經營成效剖析  
 e-Learning 線上學習的內涵  
 找對方法與工具提昇經營績效  
 認清訪客的真面目 - 訪客分析篇  
 叫好又叫座 - 課程內容篇  
 別讓他迷失方向 - 網站動線規劃篇  
 結語

安排增加其它的曝光方式，來有效增加其使用率。

線上學習網站的經營者需掌握不同訪客對於網站課程內容上需求的差異，藉由瞭解網站上哪些課程內容最具吸引力，哪些課程內容訪客認為無趣，亦或是哪些相當重要的課程內容卻易被消費者所忽略，有效的進行掌握。這樣在日後的課程開發上，將更能有效發展出叫好叫座的熱門課程，為網站創造最大的獲利價值。在此提供您幾個建議作參考：

- 建議 1 - 依單一訪客在不同時期提供適合的課程建議。
- 建議 2 - 以訪客族群類別為基礎主動提供適合的課程內容。
- 建議 3 - 先試著加強冷門課程的重點曝光後，再決定要不要刪除它。

## 別讓他迷失方向 - 網站動線規劃篇

『迷失方向(Disorientation)和認知負荷(Cognitive Overhead)是超媒體文件中最主要的兩大問題』。(Conklin, J., 1987)

### 訪客遇到的困擾

- 我迷路了，我不知道如何找到我想學的課程單元。
- 面對這麼多的課程，我不知道什麼要先從哪些課程開始學習，以及接下來要做什麼才是最適合我的。

VS.

### 線上學習網站的立場

- 只要給訪客愈多的課程選擇，就愈能滿足他們的需求。
- 只要先設計好一套線上學習流程，訪客就會比照去使用課程內容。

### ■ 沒錯! 讓他迷路的人就是你

其實，有許多的線上教學網站，其課程內容架構大致都在建立課程時，早已經做好其相對應的課程教材連結，不論進入網站的訪客是誰，都提供一致性的連結方式；或者是教材內容因時間拉長，不斷加入課程資料，導致訪客迷失在這錯綜複雜的教材連結中。雖然，這些問題都不會在網站剛上線營運時出現，一旦隨著網站經營時間愈久、對訪客造成的不便則愈顯著。

如何讓訪客在面對琳瑯滿目的課程時，能夠輕鬆找到自己的課程學習方向，此時，除了一開始先規劃一套良好的網站瀏覽動線來輔助他們找到適合的學習步驟外，並應藉由訪客瀏覽動線分析(Navigation Analysis)，來檢視您所規劃的瀏覽動線與訪客真實瀏覽行為是否產生差距，再從中找出差異原因進行改善，甚致可針對不同屬性的目標族群，提供不同的瀏覽動線建議，才能讓訪客對於您網站上的各項課程內容產生高度使用行為，並且讓他們獲得學習上的最大滿足。

### ■ 讓真實數據分析幫您找出答案

在未進行訪客瀏覽動線分析(Navigation Analysis)之前，您可能會有足夠的信心認為上述問題對於您的線上學習網站來說，得到的答案應該都會是 YES，不過這都僅是猜測！



Professional Partner for Your Website Success

e-Learning 線上學習網站的經營成效剖析

e-Learning 線上學習的內涵  
找對方法與工具提昇經營績效  
認清訪客的真面目 - 訪客分析篇

叫好又叫座 - 課程內容篇

別讓他迷失方向 - 網站動線規劃

篇

結語

### ▲ WebNibbler 提供的瀏覽動線分析功能(Navigation Analysis)

包括：1. 點選歷程分析 2. 到達歷程分析 3. 轉換率分析

WebNibbler 可針對訪客從網站上的特定頁面的瀏覽歷程作一完整的紀錄，提供網站管理者檢視訪客所走的路線與網站原先設計的瀏覽動線是否有落差，此分析結果將可以提供網站設計人員設計更顧客導向的網站架構。WebNibbler 所提供的轉換率分析功能，能提供網站主瞭解網站某些主要的流程其真正被訪客完成的比率，網站管理者可透過此分析結果進一步檢視網站的經營績效。

這種使用者瀏覽動線分析得到的分析結果對於收費型的線上學習網站而言，實在是太重要了，尤其對訪客需購買課程點數再作扣抵(依使用次數收費)的線上學習網站來說，更具有重大意義。因為光是設計出絕佳的課程內容，並無法保證能為線上學習網站帶來獲利，能否有效引導訪客縮短瀏覽歷程，順利找到這些絕佳的課程單元然後付費學習，讓他們有效使用完點數，才有機會讓他們再購買點數，這是收費型線上學習網站的經營之道。

若是大多數訪客從進入網站之後，經過數次點選路徑皆無法按照經營者預設的動線瀏覽，且產生的差異極大，那表示您的線上學習網站遇到了瀏覽動線規劃上的瓶頸。不過，當訪客的瀏覽行為反應出在網站內無法順利找到課程單元(迷失方向)，有時候原因還蠻單純的，可能僅是您的網站課程分類方式出了問題，讓訪客無法聯想分類方式與課程內容之間的關連性，此時僅需要微調課程單元架構，就能獲得改善。在此提供您幾個建議作參考：

建議 1 - 試著建置分類清楚的網站課程單元地圖

建議 2 - 試著修改目前的網站課程單元架構/分類

建議 3 - 試著重新規劃符合訪客偏好的瀏覽動線

## 結語

今日網路普及與資訊發達，已培養出人們自己決定學習方式，及主動求知的渴望。網友們所擁有的主動學習特性，開創出 e-Learning 線上學習網站的利基，上網學習已不是學生專屬，其分佈已漸漸深入各式群族，走向全民化學習的階段。在台灣，網路上已形成為數不少頗具規模的線上學習網站，他們之所以能穩定經營發展至今，在於有效瞄準目標族群需求，運用成熟的技術開發課程學習內容，並提供網友有系統及效率的學習途徑，以便網友透過網路得到方便互動的學習。倘若能輔以使用像 WebNibbler 這種功能強大的網站分析軟體，從網友的上網瀏覽行為歷程，以「訪客」、「課程內容」、與「動線規劃」三種構面作有效的成效檢視，幫網站經營者更了解網站的經營現況及經營瓶頸，進而改善問題原因，甚至在未來朝向做到提供個人化課程內容給不同訪客之服務水準，相信這必能為網友帶來最大的學習滿足感，其後的發展或商機是值得我們觀察與期待的！



Professional Partner for Your Website Success

**CCMedia Technology Company**

Tel : 886-2-26552828

Fax : 886-2-26551919

Address : Nangang Software Park, 12F, No.19-2, Sanchung Rd, Nangang District, Taipei 115, Taiwan.

Website : [www.ccmmedia.com.tw](http://www.ccmmedia.com.tw)

E-mail : [webnibbler\\_sales@ccmedia.com.tw](mailto:webnibbler_sales@ccmedia.com.tw)