

德國Emma(大同店、桃園店)成效分析

【桃園店】成效分析(4~6月):

互動次數**1810次**

相較去年同期**成長40.1%**，依地區與產業來說是非常不錯的數據。

1,810

商家檔案互動次數 ⓘ

↗ **+40.1%** (相較於 2025年4月 - 2025年6月)

來電次數**179次**

相較去年同期**增加19.3%**，表示實際預約人數有所提升。

179

透過商家檔案撥打的電話

↗ **+19.3%** (相較於 2025年4月 - 2025年6月)

路線查詢**1406**次

相較去年同期**成長23.1%**成長穩定十分卓越，此項目反應實際到過商家的人數。

1,406

從商家檔案進行的路線查詢

↗ **+23.1%** (相較於 2025年4月 – 2025年6月)

網站點擊**225**次

相較1~3月的149次，成長**51.01%**，是相當卓越的成長幅度，顯示客戶會先觀看網站內容後才決定是否前往！

225

經由商家檔案完成的網站點擊

商家瀏覽人數**165**萬次

相較去年同期**成長11992.4%**，曝光明顯大幅提升。

165萬

👁 瀏覽商家檔案的人數

↗ **+11,992.4%** (相較於 2025年4月 – 2025年6月)

【大同店】成效分析(4~6月):

互動次數**2610次**

相較去年同期**成長207.1%**，依地區與產業來說是非常卓越的數據。

2,610

商家檔案互動次數 ⓘ

↗ **+207.1%** (相較於 2025年4月 – 2025年6月)

來電次數**310次**

相較去年同期**增加273.5%**，表示實際預約人數有所提升。

310

透過商家檔案撥打的電話

↗ **+273.5%** (相較於 2025年4月 – 2025年6月)

路線查詢**1851**次

相較去年同期**成長171.8**成長穩定十分卓越，此項目反應實際到過商家的人數。

1,851

從商家檔案進行的路線查詢

↗ **+171.8%** (相較於 2025年4月 - 2025年6月)

網站點擊**449**次

相較去年同期**成長422.1%**，是相當卓越的成長幅度，顯示客戶會先觀看網站(目前設定為官網)內容後才決定是否前往診所！

449

經由商家檔案完成的網站點擊

↗ **+422.1%** (相較於 2025年4月 - 2025年6月)

商家瀏覽人數**292**萬次

相較去年同期**成長9288.1%**，曝光**大幅提升**。

292萬

👁 瀏覽商家檔案的人數

↗ **+9,288.1%** (相較於 2025年4月 - 2025年6月)

一、 4~6 月份數據成效盤點

分析指標	德國Emma 大同店	德國Emma 桃園店
總曝光量 (Impressions)	35,917	36,764
行動版 Google 地圖	33,844	35,088
電腦版 Google 地圖	820	926
電腦版 Google 搜尋	936	523
行動版 Google 搜尋	317	227

💡 數據洞察重點：

1. 流量結構一致（高度仰賴行動地圖）
 - 兩店過半數以上的曝光均來自行動裝置 Google 地圖，顯示絕大多數潛在顧客是在使用手機地圖搜尋「床墊、試躺、寢具」時看到商家資訊，顯示地圖經營優勢且顯著。
2. 搜尋主動性與意圖差異
 - 大同店在 Google 搜尋（包含電腦與手機）的曝光與點擊顯著高於桃園店，代表大同店顧客透過主動關鍵字搜尋進入檔案的比例較高，購買意圖可能更明確。
3. 顧客轉化與動作執行（大同店領先）
 - 電話諮詢（80 次 vs 41 次）：大同店的電話點擊量明顯高於桃園店，顯示大同店顧客在造訪前有更高的電話詢問、預約或諮詢需求。
 - 導航量（440 次 vs 402 次）：兩店均帶來穩定的實體門市導航流量，但大同店整體導航量略勝一籌。

商家獲取評論建議：

一、 最佳發送時機（Timing）

床墊屬於高單價、需要體感適應的產品，切忌在收到貨當天就急著要評價。

觸及時間點	溝通目標	建議作法 / 內容
到貨第 1-3 天	開箱體驗與關懷	發送開箱指南（如：床墊膨脹時間、開箱注意事項），確認配送順利。

到貨第 30-45 天	主要邀請留評期（黃金期）	身體已過適應期（通常需 2-4 週），能給出最真實的睡眠改善反饋。
到貨第 80 天	試睡期尾聲提醒	結合「試睡滿意度確認」，引導滿意顧客留下長期使用心得。

二、渠道與自動化流程（Channels & Workflow）

在台灣市場，結合 **LINE 官方帳號** 與 **Email (EDM)** 是轉換率最高的組合：

- LINE 官方帳號（主力轉換）：**
 - 購買時引導綁定 LINE，在第 30 天發送推播：「睡得還習慣嗎？點擊回覆 3 個簡單問題，即刻領取延長保固！」
 - 內建一鍵評分模組，減少跳轉阻力。
- 開箱實體卡片（Unboxing Experience）：**
 - 由於 Emma 是箱裝床墊，可在包裝內附上設計精美的「試睡日記卡」，印上 QR Code，提示顧客：「記錄你的 30 天睡眠變化，掃碼分享換禮物」。
- Google 商家評論引導：**
 - 同時可引導部分滿意顧客至 **Google 商家** 或 **IG 粉絲專頁** 留下地標評價，強化品牌 SEO 與在地信任度。

四、引導高品質的評價內容（Review Prompts）

顧客常不知道寫什麼，給予明確的提示詞能讓評論更有說服力（對未購買者的轉換幫助極大）：

- 引導問題庫：**
 - 「換了 Emma 床墊後，對你睡眠最大的改變是什麼？（例如：減少翻身、改善腰痠）」
 - 「對於軟硬度與支撐度的感覺如何？」
 - 「配送與開箱過程順暢嗎？」

目前整體成效成長幅度大，建議可以先維持原先的經營模式，後續我方操作會持續滾動式調整，以求維持成長幅度。