

click.ology

What works in
online shopping
and how your business can use
consumer psychology
to succeed

让顾客一键下单

洞察线上购物的心理动机

〔英〕格雷厄姆·琼斯 (Graham Jones) 著

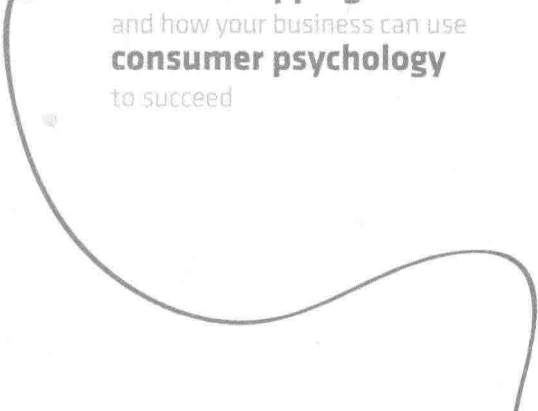
盛杨燕 译

比如何销售更重要的，是了解消费者为什么购买



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

Clickology



What works in
online shopping
and how your business can use
consumer psychology
to succeed

让顾客一键下单

〔英〕格雷厄姆·琼斯 (Graham Jones) ◎著

盛杨燕 ◎译

图书在版编目 (CIP) 数据

让顾客一键下单 / (英) 格雷厄姆·琼斯著; 盛杨燕译. —北京: 北京联合出版公司, 2018.3

ISBN 978-7-5596-1669-2

I. ①让… II. ①格… ②盛… III. ①市场营销学 IV. ①F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 020234 号
著作权合同登记号

图字: 01-2017-9149

上架指导: 企业管理 / 零售

版权所有, 侵权必究

本书法律顾问 北京市盈科律师事务所 崔爽律师
张雅琴律师

让顾客一键下单

作者: [英] 格雷厄姆·琼斯

译者: 盛杨燕

选题策划: 源点文化
YUANDIAN CULTURE

责任编辑: 张萌

封面设计: MX DESIGN
STUDIO

版式设计: 源点文化
YUANDIAN CULTURE 杨静玉

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街 83 号楼 9 层)

石家庄继文印刷有限公司 新华书店经销

字数 170 千字 720 毫米 × 965 毫米 1/16 16 印张 插页

2018 年 3 月第 1 版 2018 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5596-1669-2

定价: 62.90 元

未经许可, 不得以任何方式

版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本

电话: 010-56676356

未来，属于终身学习者

我这辈子遇到的聪明人（来自各行各业的聪明人）没有不每天阅读的——没有，一个都没有。巴菲特读书之多，我读书之多，可能会让你感到吃惊。孩子们都笑话我。他们觉得我是一本长了两条腿的书。

——查理·芒格

互联网改变了信息连接的方式；指数型技术在迅速颠覆着现有的商业世界；人工智能已经开始抢占人类的工作岗位……

未来，到底需要什么样的人才？

改变命运唯一的策略是你要变成终身学习者。未来世界将不再需要单一的技能型人才，而是需要具备完善的知识结构、极强逻辑思考力和高感知力的复合型人才。优秀的人往往通过阅读建立足够强大的抽象思维能力，获得异于众人的思考和整合能力。未来，将属于终身学习者！而阅读必定和终身学习形影不离。

很多人读书，追求的是干货，寻求的是立刻行之有效的解决方案。其实这是一种留在舒适区的阅读方法。在这个充满不确定性的年代，答案不会简单地出现在书里，因为生活根本就没有标准确切的答案，你也不能期望过去的经验能解决未来的问题。

湛庐阅读APP：与最聪明的人共同进化

有人常常把成本支出的焦点放在书价上，把读完一本书当做阅读的终结。其实不然。

时间是读者付出的最大阅读成本

怎么读是读者面临的最大的阅读障碍

“读书破万卷”不仅仅在“万”，更重要的是在“破”！

现在，我们构建了全新的“湛庐阅读”APP。它将成为你“破万卷”的新居所。在这里：

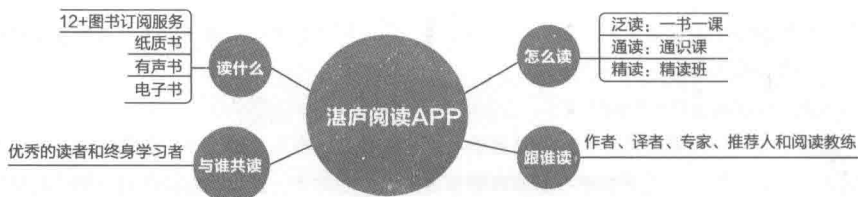
- 不用考虑读什么，你可以便捷找到纸书、有声书和各种声音产品；
- 你可以学会怎么读，你将发现集泛读、通读、精读于一体的阅读解决方案；
- 你会与作者、译者、专家、推荐人和阅读教练相遇，他们是优质思想的发源地；
- 你会与优秀的读者和终身学习者伍，他们对阅读和学习有着持久的热情和源源不绝的内驱力。

从单一到复合，从知道到精通，从理解到创造，湛庐希望建立一个“与最聪明的人共同进化”的社区，成为人类先进思想交汇的聚集地，共同迎接未来。

与此同时，我们希望能够重新定义你的学习场景，让你随时随地收获有内容、有价值的思想，通过阅读实现终身学习。这是我们的使命和价值。

湛庐阅读APP玩转指南

湛庐阅读APP结构图：



三步玩转湛庐阅读APP：

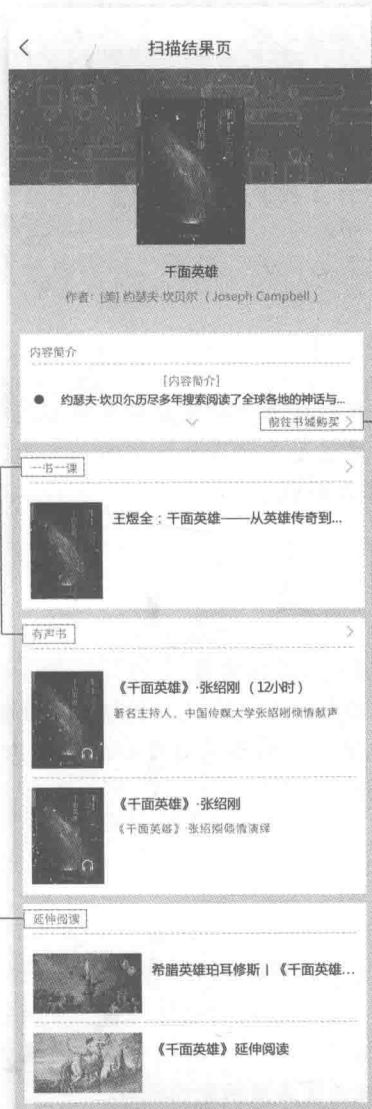


使用APP扫一扫功能， 遇见书里书外更大的世界！

大咖优质课、
献声朗读全本一键了解，
为你读书、讲书、拆书！

快速了解本书内容，
湛庐千册图书一键购买！

你想知道的彩蛋
和本书更多知识、资讯，
尽在延伸阅读！



延伸阅读

《屏幕上的聪明决策》

- ◎ “行为经济学之父”理查德·泰勒最欣赏的合作搭档、行为经济学巨星什洛莫·贝纳茨颠覆之作。
- ◎ 浙江大学经济学教授、跨学科社会科学研究中心主任叶航，信息社会 50 人论坛轮值主席姜奇平，中国零售业资深 IT 专家杨德宏，知乎 30 万赞同答主刘飞，诺贝尔经济学奖获得者罗伯特·希勒，《怪诞行为学》作者丹·艾瑞里等联袂推荐。



使用“湛庐阅读”APP
扫一扫 获取本书更多精彩内容。

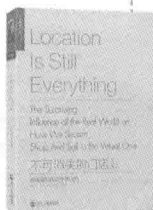
ISBN 978-7-5502-8879-9



9 787550 288799 >

《不可消失的门店》

- ◎ 后电商时代的消费行为学。
- ◎ 首次深度剖析实体与电商发展历程，坚实奠定零售实践理论基础，引领实体与电商零售企业实现全渠道布局，构建场景新体验，打造未来新零售时代。



使用“湛庐阅读”APP
扫一扫 获取本书更多精彩内容。

ISBN 978-7-5502-8729-8



9 787550 287298 >

《超市里的原始人》

- ◎ 进化心理学应用在消费领域的颠覆性著作。
- ◎ 畅销书《影响力》作者罗伯特·西奥迪尼、畅销书《理性乐观派》作者马特·里德利、畅销书《演化心理学导论》作者迪伦·伊文斯联袂推荐。



使用“湛庐阅读”APP
扫一扫 获取本书更多精彩内容。

ISBN 978-7-5502-8729-8



9 787550 287298 >

《用脑拿订单》套装

- ◎ 营销及销售行为专家、高级营销顾问孙路弘老师经典力作。
- ◎ 为中国销售人员量身打造，还原真实的销售场景，帮助销售人员发现自身的问题，在不知不觉中强化自己的销售能力，学会用脑拿订单，实现销售业绩的大幅提升。



使用“湛庐阅读”APP
扫一扫 获取本书更多精彩内容。

ISBN 978-7-5502-8729-8



9 787550 287298 >

Click.ology: What Works in Online Shopping and How Your
Business Can Use Consumer Psychology to Succeed.

Copyright © 2014 by Graham Jones.

This Translation is published by arrangement with Nicholas Brealey
Publishing and Andrew Nurnberg Associates International Limited.

All rights reserved.

本书中文简体字版由作者授权在中华人民共和国境内独家出版
发行。未经出版者书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本
书中的任何部分。

版权所有，侵权必究。

CLICK.OLGY

目录

● 前言 零售行业行动指南 001

● 第一部分 一键下单的影响要素

01 人们为什么购物 011

- ◎ 为满足自己的需要
- ◎ 为满足个人的欲望
- ◎ 为满足别人的要求
- ◎ 为满足社交的需求

02 人们选择线上购买的原因 023

- ◎ 消费者想节约时间
- ◎ 消费者有时想要低价产品
- ◎ 消费者想要买其他人买过的东西
- ◎ 消费者想要快速比价
- ◎ 消费者想要有真正的选择
- ◎ 消费者希望商品便于获取
- ◎ 消费者希望商品按自己的要求派送

03 洞悉消费者的线上购买行为 043

- ◎ 消费者是信息搜索者
- ◎ 无效搜索降低购买欲
- ◎ 移动设备，消费的主要工具
- ◎ 展厅效应，二维码触发快速响应
- ◎ 注意力的持续时间不断缩短
- ◎ 变化视盲与周边视觉
- ◎ 各式各样的网站设计，令消费者感到迷茫
- ◎ 不同类型的消费者有不同的行为
- ◎ 货比三家，拒绝不必要的消费
- ◎ 做比较越简单，越能留住消费者
- ◎ 线上零售业的巨大商机

● 第二部分 消费者线上购买的心理动机

04 价格决定一切 081

- ◎ 启动效应，设置价格预期
- ◎ 用已有消费者，影响潜在消费者
- ◎ 选择合适的价格数字
- ◎ 价格显示方式对消费者的影响
- ◎ 打折和降价并不是消费者的需求
- ◎ “产品稀缺”比“特价优惠”更有吸引力
- ◎ 动态定价，透明是关键
- ◎ 比价是一把双刃剑
- ◎ 价格真的重要吗？

05 为什么放弃购物车 109

- ◎ 网上购物车手续烦琐
- ◎ 意想不到的支付问题
- ◎ 免邮费是有代价的
- ◎ 网络延迟让人沮丧
- ◎ 持续购物车，永久购物车
- ◎ 征税时刻
- ◎ 让人们购买计划之外的商品
- ◎ 刺激人购买，用细心的服务留住消费者
- ◎ 打造完美购物车的 8 个建议

06 让回头客变成回头客 125

- ◎ 优秀的服务值更多的钱
- ◎ 客户服务方案，网站是最重要的
- ◎ 制造惊喜，让消费者喜欢你
- ◎ 在线体验需要深度个性化
- ◎ 交谈有益，大数据是肤浅的
- ◎ 不执着大企业，只倾心好服务

07 消费是一项社交活动 143

- ◎ 分享，消费者的天性
- ◎ 在 Facebook 上与消费者交流
- ◎ 在 Twitter 上监控投诉
- ◎ 在 Pinterest 上展示产品
- ◎ 在 Google+ 上分享专业知识
- ◎ 打造社交媒体，更要制定社交媒体战略

08 信任感从何而来 159

- ◎ 相信他人所信任的
- ◎ 评论不一定是真实的
- ◎ 信任是一种直觉

09 所有骗局都会被揭穿 167

- ◎ 不好意思，你没得奖
- ◎ 没有人真心想帮你

- ◎ 榨取只会让你遭受重创
- ◎ 一口吃不成个胖子
- ◎ 嫉妒是一种负面情绪
- ◎ 诈骗行不通

10 打造完美的线上体验 181

- ◎ 让你的商品一目了然
- ◎ 简化每一个环节
- ◎ 收银台越明显越好
- ◎ 找到效果最好的颜色
- ◎ 选择可自由调整的购物车
- ◎ 激发消费者的参与感
- ◎ 释放安全信号

● 第三部分 点击，让顾客一键下单

11 线上零售业的未来 205

- ◎ 新事物不代表高难度
- ◎ 技术发展，零售业有更多可能
- ◎ 利基网点，集合不同供应商
- ◎ 售后服务是成功的关键
- ◎ 速度大比拼
- ◎ 网站的发展周期
- ◎ 实体店的危机

◎ 线上线下，互为补充

12 推动一键下单的 5 个步骤 225

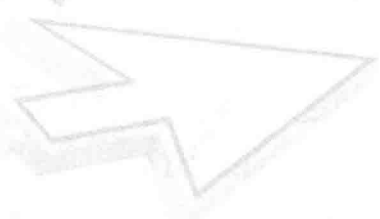
- ◎ 便捷，提供真正的选择和控制
- ◎ 讨喜，喜欢你的消费者且让消费者喜欢你
- ◎ 信息，让一切清晰可见
- ◎ 定制，提供个性化的关怀
- ◎ 知识，通过专业知识赢得信任

● 参考文献 231



扫码下载“湛庐阅读”APP，
搜索“让顾客一键下单”
测一测你的网店能否让顾客一键下单！

前 言



零售行业行动指南



CLICK.OLLOGY

what works in online shopping and
how your business can use
consumer psychology to succeed

网购已成为全世界千百万人的日常行为。2012 年，在线零售业的销售额已超过 10 亿美元，这还不包括预订车票，或者购买财会、法律咨询之类的商业服务。实际上，现在全球的经济都依赖于各种网购。

过去两年来，在线零售已经在美国确立了主导地位，其他国家和地区也逐渐受到了影响。欧洲零售业总额的 10% 为在线零售，英国以 13% 排在榜首。同时，亚太地区的网购量占到了全世界的 1/3。2016 年，这一地区的网上销售达到 40%，而欧洲仅是它的一半。

尽管许多国家的在线零售总额都达到了数十亿美元，但是网购正处于一个十字路口，许多传统老牌企业发现，在线下长期使用的经验和方法在线上并不管用，在线上适用的也不一定能转化到线下。更糟糕的是，很少有关于网店高效运作的切实建议。本书旨在填补这一实践知识的空白，同时也涉及网购背后的心理学，适合对网络零售感兴趣的消费

者、企业主、零售商以及营销人员翻阅。

我从事网络心理学研究 15 年，逐渐了解了人们的网络行为，也分析了人们在网上的消费行为。本书是我这些年来的经验总结，将为你解读网购用户的内心想法，揭示网站的潜意识层面，以及作为一个企业主、零售商或销售人员，该如何有意识地让客户产生参与感。本书也构建了五步“点击”系统——便捷、讨喜、信息、定制和知识，可确保你的网店能兼顾用户的实际需求和心理需求。

无论你运营的是小企业还是大公司的网站，无论你是纯粹从事线上业务还是线上线下混合兼顾，本书都将为你提供有效的网络知识，帮助你了解顾客并与他们建立联系，确保你能为顾客和你自己提供合适的在线零售体验。

本书首先探讨的是人们为什么购物（包括线上和线下）。事实上，整本书都在揭露线上和线下购物的异同点，并讨论我们可以从中学到什么。无论线上线下，用户都很少由于必需而购买商品。正如第 1 章所述，大多数人购物是出于心理原因，或仅仅是因为他们想要变得合群。购物，更重要的是获得“存在”的感觉，而不是“购买”这个行为本身。

但是，人们为什么在网上购物呢？第 2 章探讨了许多人特别喜欢网购而不喜欢线下购物的原因。很多关于网上购物的讨论都集中在表面上的便利，其实真正的动因要深刻得多。正如第 2 章所揭示的，人们更喜欢网上购物是因为能够买到真正想要的。