台大創創創新服務商業模式設計
Innovation Service Business Model Design
政治四 江沛菱　工管二 黃信祐　工管三 羅亭寓
會計五 郭軒綸　農藝三 許達文　國企四 鄭芊含

你的問卷蛋糕還可以再多一層！

會員經營關鍵議題分析與專案目標

1. 試用戶留存率27%→30%：
   - 調整試用期的設計，巧妙留住只想搭便車的小夥伴

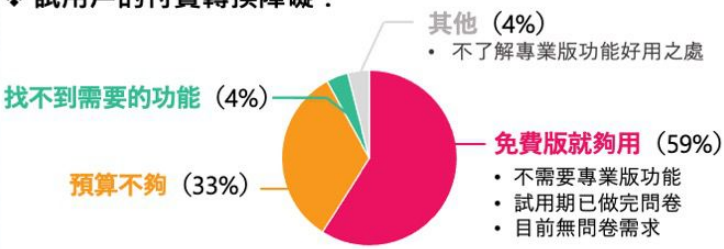
2. 付費轉換率40%→43%：
   - 以更彈性的定價方案，留下那些想擁有問卷蛋糕，卻找不到合適尺寸的小夥伴

會員客群分析

消費行為和需求/價值觀組合

1.

❖ 試用戶的付費轉換障礙：



❖ 綁卡過但未曾付費者，每份問卷完成時長平均「1.4個月」（現有兩個月試用期內即可完成），人均所需問卷數平均「每個月僅0到1份」

2.

❖ 從平均問卷製作時長統計發現，不同使用者製作問卷所需天數差異大，但目前專業版僅有月費630元的定價方案且以「月」為單位訂閱，難以滿足不同的問卷製作情境：
- 短期問卷需求的使用者
- 覺得付月費不划算而流失的使用者
- 現有訂閱時長不切合問卷製作所需時長的使用者
- 預算有限的學生

會員經營的創新策略提案

以圖文、流程步驟，說明重點方案

1.

❖ 將試用期縮短為1個月
- 讓試用者處於問卷快做完到做完之間的階段，藉此改善試用戶搭便車的行為，到期後不可繼續編輯或回收試用期內任何專業問卷

❖ 試用期間專業版功能的內容推播
- 把握試用戶有需求的時機，由SurveyCake「主動」接觸消費者，提早進行「客製化」溝通

1.資訊蒐集	註冊會員時，用戶需填寫其「職業別」、「欲使用的問卷類別」等資料
2.功能推播	「試用期一週」： 客製化用戶專屬edm及功能教學 「試用期第二週」： 寄發第二封edm推播所有功能教學
3.專人諮詢	寄出edm的同時主動留下專人聯絡信箱，清楚註明「若以上功能皆不能解決您的需求，歡迎透過此信箱聯絡我們，我們將安排專人為您解決困難！」

❖ 試用期過後對轉換失敗者再行銷
- 將未轉換的用戶標記為「潛在付費會員」，在他們問卷需求較高的月份寄發edm提醒專業版好處，並導引至訂閱專業版的頁面

2.

❖ 兩週訂閱方案
- 在月費制之外，新增以「兩週」為單位的訂閱方式。以較短的時長作為訂閱單位增加使用彈性，兩者也可搭配使用。此方案定價為350元（高於月費制630元的一半）

❖ 學生單次計價方案
- 開放目前是標準版的學生申請，計價方式為一份問卷99元，需於一個月內完成，吸引原本不願付月費的學生，開拓學生客群