SKYLINE BOOKS · 季度業務回顧

第三季 MRR 收於 $647K——成長守住了，客服支援卻沒跟上。

7 月至 9 月的成果、拖慢我們的兩個問題,以及第四季的四項承諾。

MRR	$647K
付費客戶數	4,850
月流失率	1.4%
CAC	$340

本次內容

依序回答四個問題:表現如何、哪些有效、哪裡卡住,以及接下來該怎麼做。

01 五個數字看本季

客戶數、MRR、流失率、CAC——Q2 對比 Q3。

02 成長從何而來

每月新客數,以及 8 月的下滑。

03 兩個奏效的成長引擎

自動開票使用率 62%;推薦佔新客 35%。

04 我們需正視的兩個問題

首次回應需 9 小時;中型企業客戶卡在 12%。

05 第四季計畫與需要主管層級支持的事項

新增三名客服人員、推出中型企業方案、年度稅務表單。

06 我們希望各位核准的事項

第四季 $730K 的 MRR 目標,以及達成路徑。

需於第 9 頁做出決策

所有數字均為 FY26 第三季內部報告數據

01 · 五個數字看本季

所有關鍵指標同時朝正確方向變動。

成長、留存與效率在同一季度全面提升——這樣的組合讓第四季目標更具說服力。

指標	Q2	Q3	變化	解讀
付費客戶數	4,200	**4,850**	**+650**	淨增 650 位客戶,為歷來最大增幅的一季
月經常性收入	$560K	**$647K**	**+15%**	+$87K 本季新增
月流失率	1.8%	**1.4%**	**−0.4 個百分點**	留住更多新增客戶
客戶獲取成本	$410	**$340**	**−$70**	推薦帶動成長,成本更低
首次客服回應時間	—	**9 小時**	**目標 4 小時**	本季唯一未達標的指標

重點 —— 我們成長了 15%,同時讓每位客戶的獲取成本更低、留存率更高。客服回應時間是本頁唯一的警訊。

5 項指標中 4 項達標

MRR 單季成長 15%,由 $560K 增至 $647K。

第三季新增 MRR

+$87K

新增的月營收會延續到後續每個月。換算成年化數字,單季就為年化營收貢獻約 $1.04M。

平均客戶營收

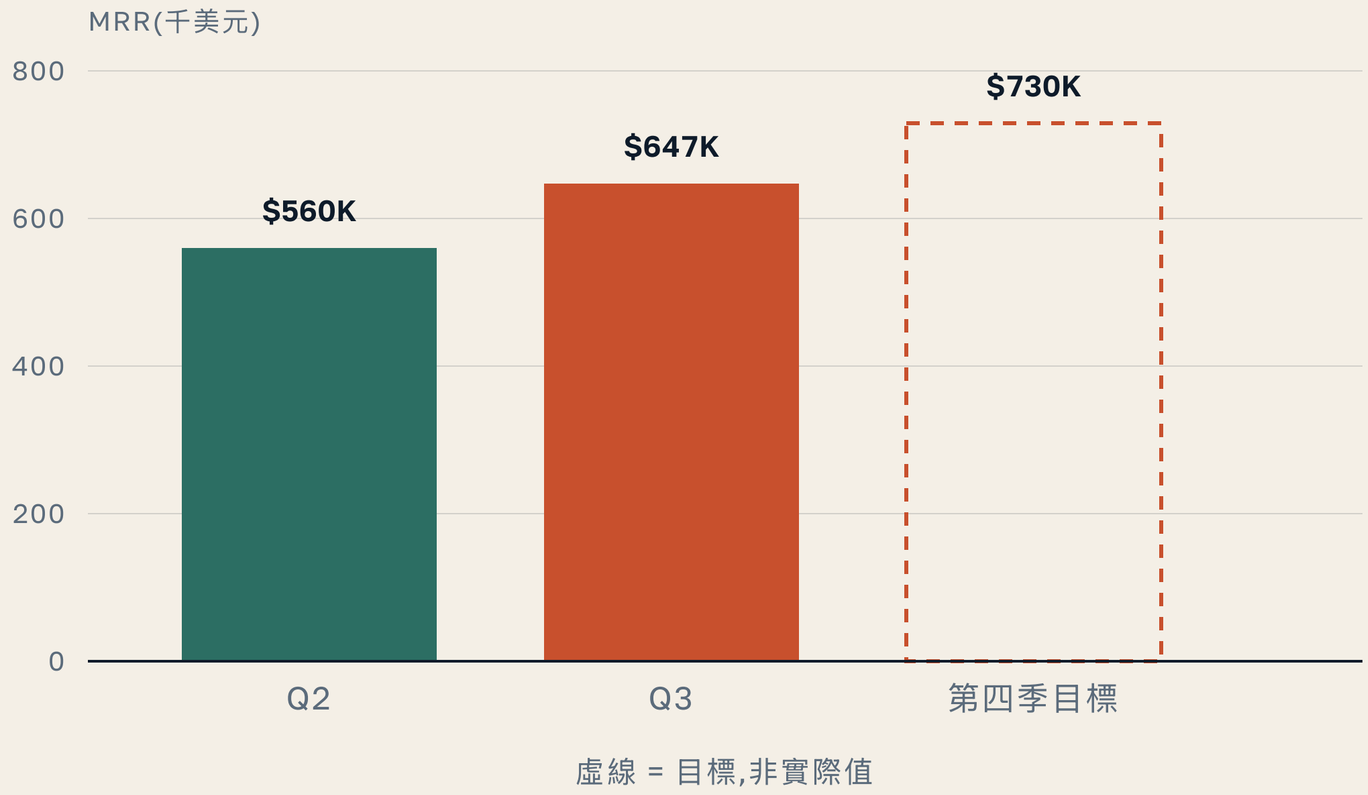
$133

$647K ÷ 4,850,每月

第四季目標

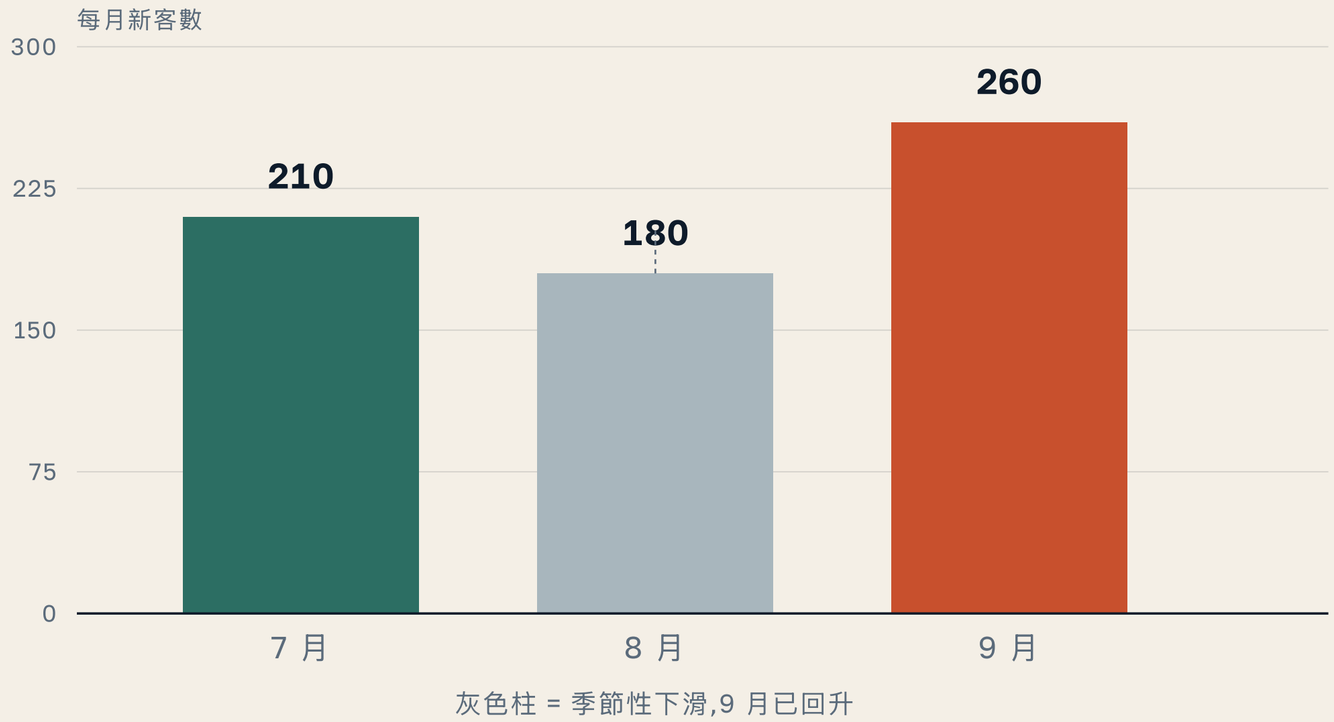
$730K

再增加 $83K,即 +13%



02 · 成長從何而來

8 月因暑假而下滑,9 月則成為表現最強的月份。



灰色柱 = 季節性下滑,9 月已回升

第三季新客數

650

210 + 180 + 260,對應淨客戶成長 4,200 → 4,850

下滑是季節因素

8 月降至 180 是因暑假——買家與我們的業務管道同時停滯。

9 月給出了答案

新增 260 位客戶,較 7 月高出 24%。本季收尾是加速成長,而非只是恢復。

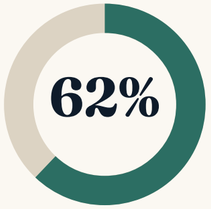
對第四季的意義

我們以 9 月的成長速度,而非本季平均值,來規劃第四季。

兩個引擎正在產生複合效益:開票功能留住客戶,推薦則以低成本帶來新客戶。

引擎一 · 產品

62% 的客戶使用自動開票



近三分之二的帳戶現在完全自動處理開票。

客戶每月依賴的功能,最能解釋流失率從 1.8% 降至 1.4% 的原因。

引擎二 · 獲客

推薦現佔新客的 35%



650 位新客戶中,約 228 位來自現有客戶推薦。

這正是 CAC 從 $410 降至 $340 的原因:推薦而來的客戶幾乎零成本觸及。

正向循環

每日使用開票 → 流失率降至 1.4% → 更多客戶可推薦 → CAC 降至 $340

04 · 問題一

首次客服回應需 9 小時,目標是 4 小時——差距超過一倍。

目前實際

9 小時

目標

4 小時

必須消除的 5 小時空窗

計分板上其他一切都是綠燈,只有這個數字可能悄悄抵銷所有成果。

- 等待 9 小時的客戶,幾乎損失了一整天的記帳作業時間。
- 流失率能降到 1.4%,是儘管客服如此,而非因為客服表現良好。
- 較大型客戶提出的問題更複雜——這個落差正是阻礙下一頁中型企業市場的原因。

第四季承諾: 新增三名客服人員,將首次回應時間縮短至 4 小時。

04 · 問題二

中型企業客戶卡在 12%——這是我們最大的未開發市場。

依公司規模劃分的客戶結構



這個比例本季沒有變動。小型企業會自主採用我們的產品;而 100 人以上的企業每次都卡在相同的兩個關卡。

障礙 · 方案

我們只販售一款為小型企業設計的產品,沒有適合 100 人以上財務團隊的方案等級。

障礙 · 服務

9 小時的首次回應時間,財務部門不可能核准。

為何這是當務之急,而非可有可無

我們目前的成長來自 4,850 位主要是小型企業的客戶,平均每月 $133。中型企業客戶是唯一能提升客單均價、而非只增加客戶數的槓桿——而我們 88% 的客戶都已是小型企業。

第四季承諾: 推出中型企業方案,並以 4 小時回應目標作為支撐。

三項承諾依序排在 10 月至 12 月執行,稅務表單於 11 月完成。



01 自 10 月起

聘用 3 名客服人員

足夠的人力將首次回應時間從 9 小時縮短至 4 小時目標。

成功衡量標準

首次回應 ≤ 4 小時

02 第四季內

推出中型企業方案

為 100 人以上企業打造的方案等級,讓卡住的 12% 比例終於能有所突破。

成功衡量標準

中型企業佔比超過 12%

03 11 月

發送年度稅務表單

時程固定,無法彈性調整——表單必須在年度結算前送達客戶手中。

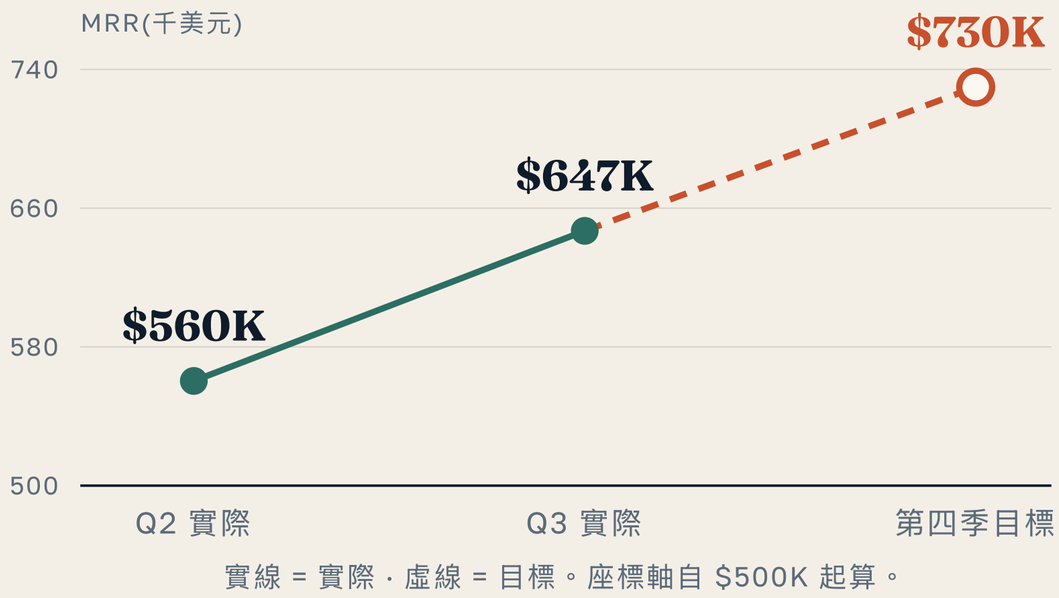
成功衡量標準

11 月完成發送

排序原則—— 客服人力優先,因為它能解除中型企業方案的障礙;稅務表單則是唯一時程無法更動的項目。

三項皆於第四季內完成

第四季結束前達到 $730K 的 MRR——以 9 月的成長速度為基礎,再增加 $83K。



實線 = 實際 · 虛線 = 目標。座標軸自 $500K 起算。

所需成長

+13%

所需新增 MRR

$83K

略低於我們剛達成的 15%——只要兩個問題獲得資源支持,不必拚盡全力也能達成。

- ✓ **核准增聘 3 名客服人員** ——4 小時回應目標完全取決於人力配置。
- ✓ **支持中型企業方案** ——需於 10 月完成訂價與方案規劃,才能在第四季內推出。
- ✓ **確保 11 月稅務表單時程** ——不能延到 12 月。

總結

本季表現強勁,但有兩個已知限制——第四季計畫已針對兩者提出對策。

論點	證據	第四季的行動
成長加速	MRR $560K → $647K(+15%);客戶數 4,200 → 4,850;9 月單月新增 260 位客戶	以 9 月成長速度為基礎,朝 $730K 推進
成長成本更低、黏性更高	流失率 1.8% → 1.4%;CAC $410 → $340;推薦佔新客 35%;開票功能使用率 62%	保護開票與推薦的正向循環
客服是我們最薄弱的一環	首次回應平均需 9 小時,目標為 4 小時	增聘 3 名客服人員;達成 4 小時首次回應
中型企業市場尚未開發	100 人以上企業客戶持平於 12%	推出中型企業方案;11 月發送稅務表單

MRR,第三季
$647K

客戶數
4,850

流失率
1.4%

首次回應
9 小時

下次回顧 · 第四季,2027年1月

修正回應時間、打開中型企業市場大門,$730K 自然隨之而來。

討論事項:客服招募計畫,以及 10 月需做出的訂價決策。

離開這個會議室前,我們需要達成

01 核准增聘 3 名客服人員

02 指定中型企業方案訂價負責人

03 確保 11 月稅務表單時程不變

04 將 $730K MRR 訂為第四季目標