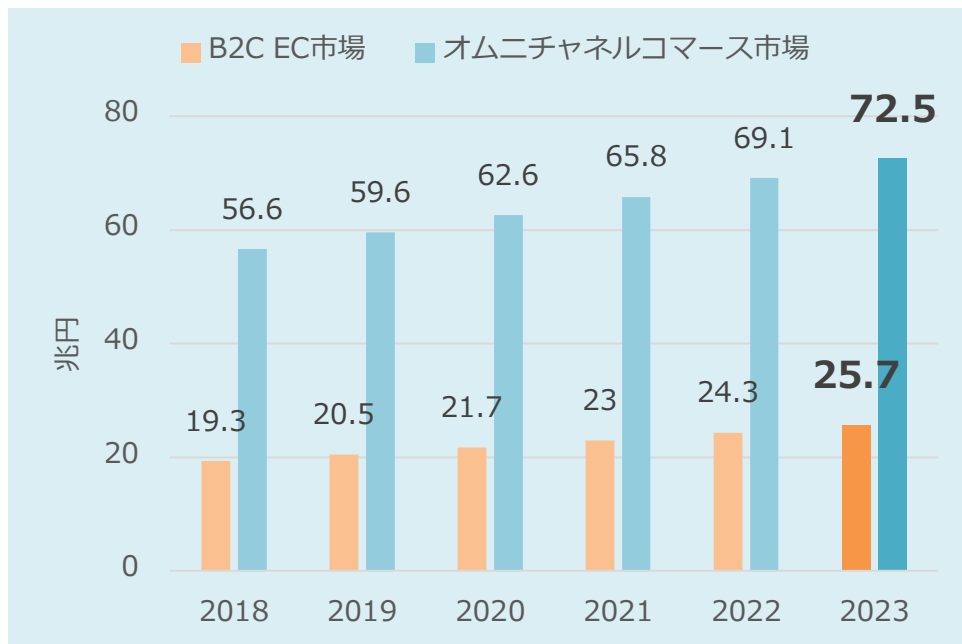


リアル店舗同様のおもてなしを実現！

Web接客ツール シナリオ例

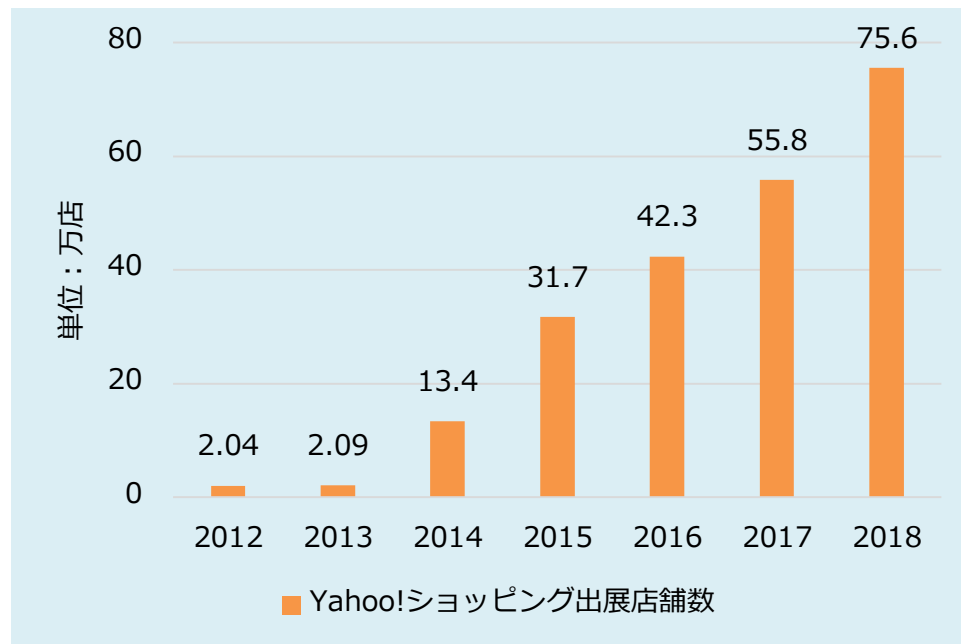


EC市場規模予測



出典：NRI ITナビゲーター2019年版

Yahoo!ショッピング出展店舗数



出典：[Mongoloid](#)

ECサイトに取り組む企業の増加による、顧客獲得効率の悪化

課題①

集客後の来店ユーザーへのアプローチ方法（新規顧客獲得）

課題②

新規顧客からリピーターへ、リピーターから優良顧客への醸成方法（既存顧客獲得）
[1:5の法則]

時間をかけた消費行動



『衝動的』かつ『刹那的』な消費行動

2015年、Googleは「マイクロ・モーメント」の重要性を提唱
マイクロ・モーメント：人々が何かを欲した瞬間に行う、モバイルデバイスでの検索行動

ユーザーの**趣味嗜好・価値観の多様化**

Webでも“接客”が重要

～ユーザーごとにリアルタイムで最適なWeb接客を～



Site Personalizer で適切な接客



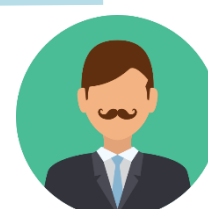
初来訪者



リピーター



ポイント保持者



会員登録したけど
購入に至ってない



複数回の
購入経験がある

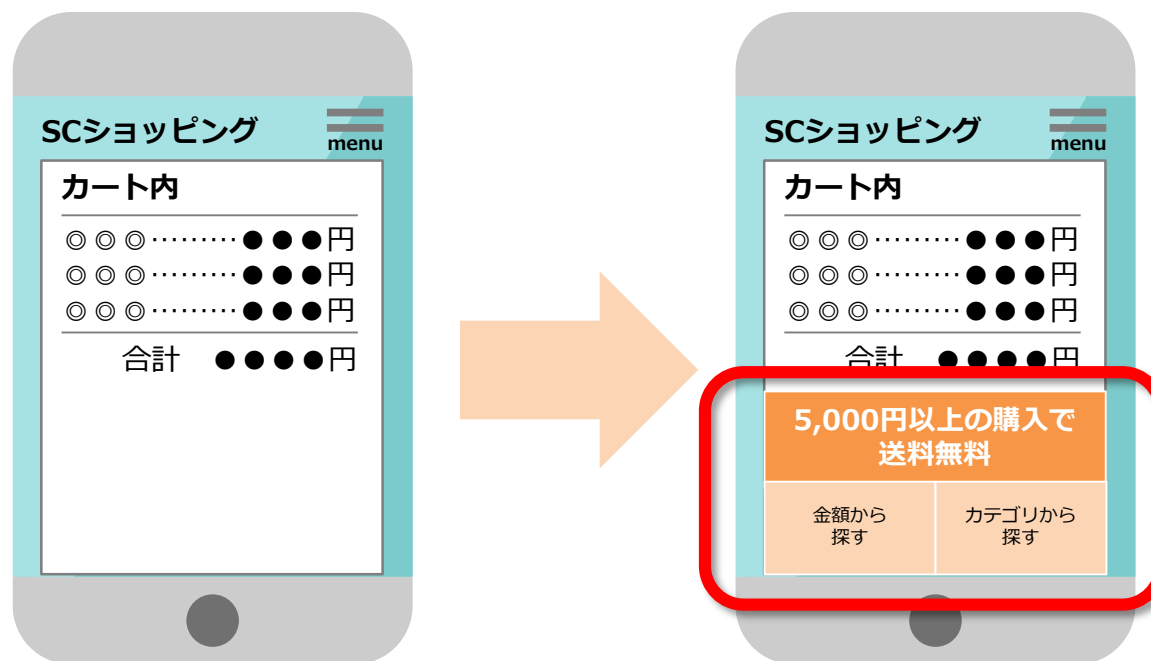
会員登録促進

- 誰に → 未会員ユーザーに
- どこで → TOPページで
- 何を → 会員登録で割引となるクーポン発行



追加購入促進

- 誰に → 購入金額が送料無料に至っていないユーザーに
- どこで → カート内で
- 何を → 追加購入で送料無料の案内を表示



リボ促進

誰に

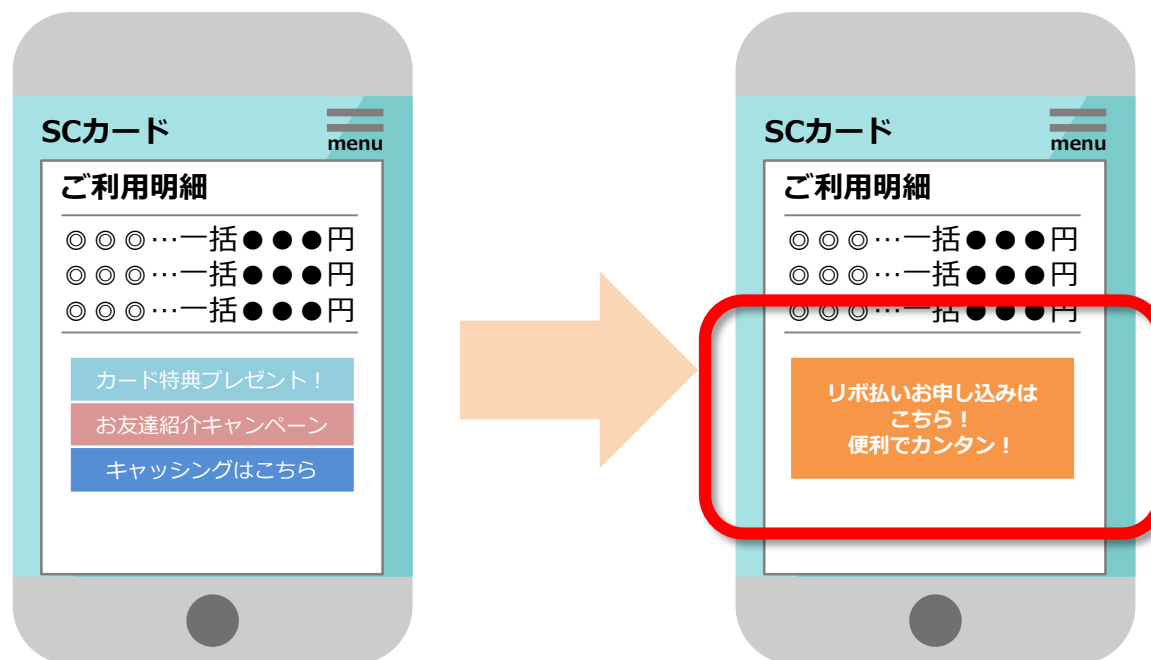
リボ払いのお申し込みをされていない方だけに

どこで

Web明細画面で

何を

リボお申し込みのご案内を表示



気になる商品再訴求

誰に

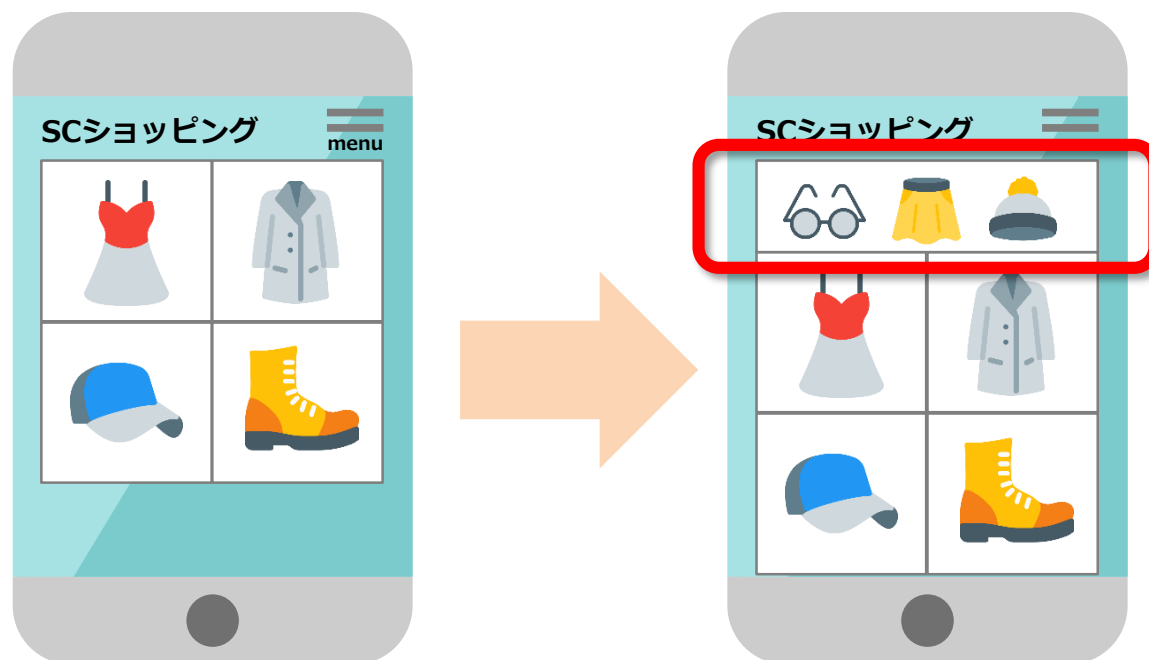
商品の閲覧履歴がある未購入ユーザーに

どこで

TOPページで

何を

過去に閲覧した商品を案内



追加購入促進

誰に

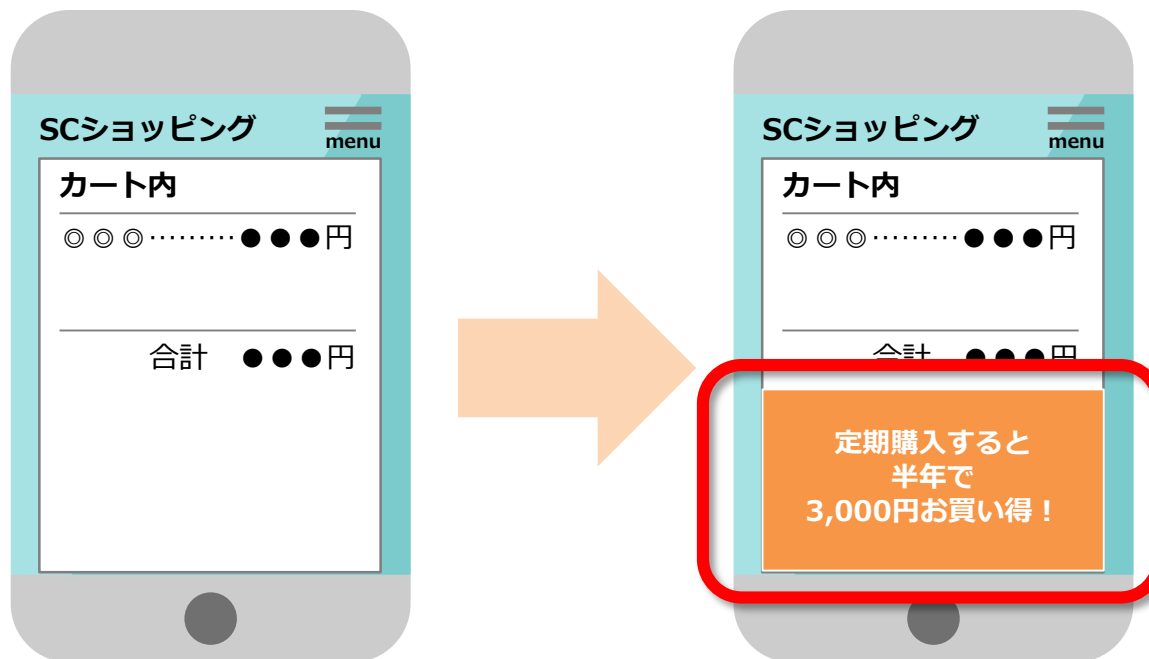
単発購入しようとしているユーザーに

どこで

カート内で

何を

定期購入案内のメリットを訴求



定期購入促進

誰に

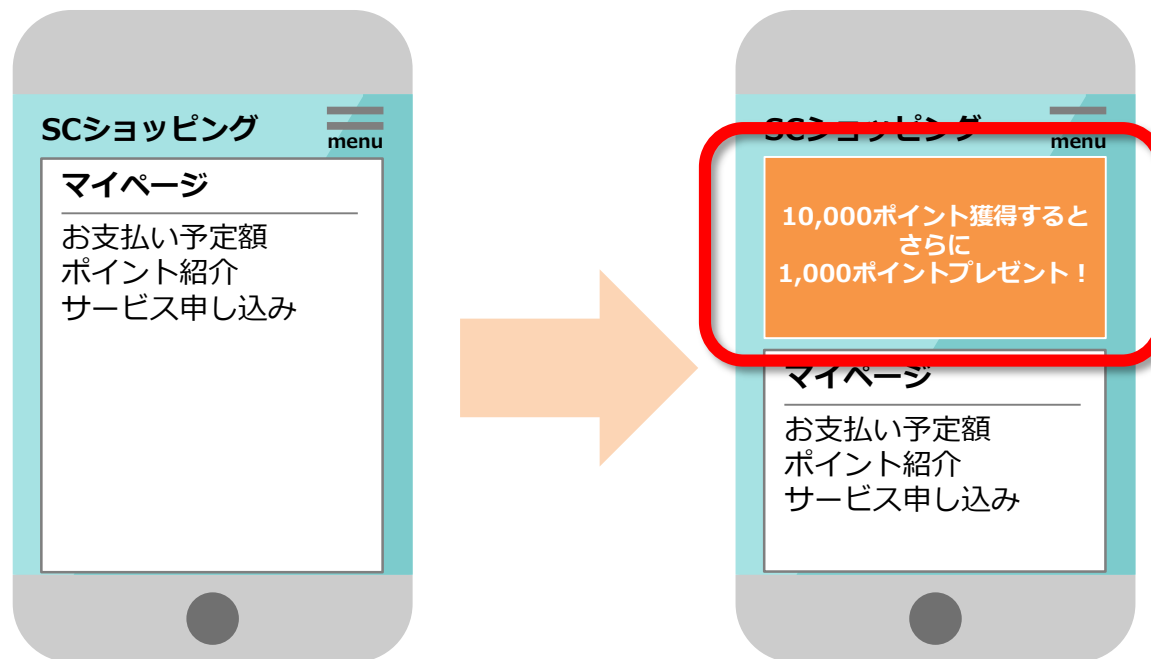
ある特定範囲のポイントを持っているユーザーだけに

どこで

マイページ内で

何を

追加を訴求



Webサイトの最適化サービス「ナビキャストシリーズ」

- ① タグを貼るだけ「簡単導入」 ② 数値で納得「明確な効果」 ③ 特許技術の信頼「豊富な実績」

わたしたちは、入口から出口まで**3つ**の手法で成約率アップをお手伝いします

(サイト訪問)

(完了ページ)

課題 1 ユーザの目的に合った訴求ができず離脱が増加
解決手法 1 あらゆる属性のユーザに合わせた訴求を実現



サイト・パーソライザ
会員サイトでのOne to One Marketing を
実現。スマートフォンにも対応。

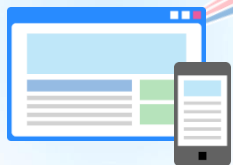


GOAL!!

出口 (完了ページ)



入口
(サイト訪問)



課題 2 入力フォームで効率良く売上げを上げたい
解決手法 2 離脱原因と対策が分かるEFO



フォームアシスト
入力フォームでの離脱を防止して成約率UPを実現



課題 3 スマホユーザを確実に取り込みたい
解決手法 3 スピーディなスマホ対応が実現



スマートフォン・コンバータ
PC用サイトをスマホ用サイトに自動変換



フォームコンバータ
PC用入力フォームをスマホ用に自動変換

**株式会社ショーケース (Showcase Inc.)
営業本部**

<http://www.showcase-tv.com/>

〒106-0032

東京都港区六本木1丁目9-9 六本木ファーストビル14F

TEL 03-5575-5117 (代表) FAX 03-5575-5118

NaviCast Site Personalizer

<http://www.showcase-tv.com/sitepersonalizer/>

NaviCast シリーズ一覧

<http://www.showcase-tv.com/service/>