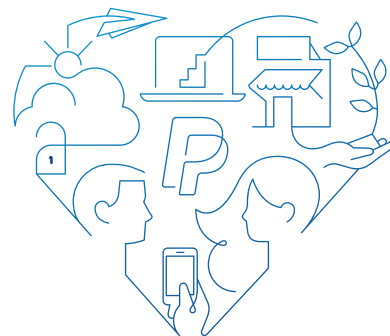


オンラインビジネスで コンバージョンレートの向上を 目指しましょう



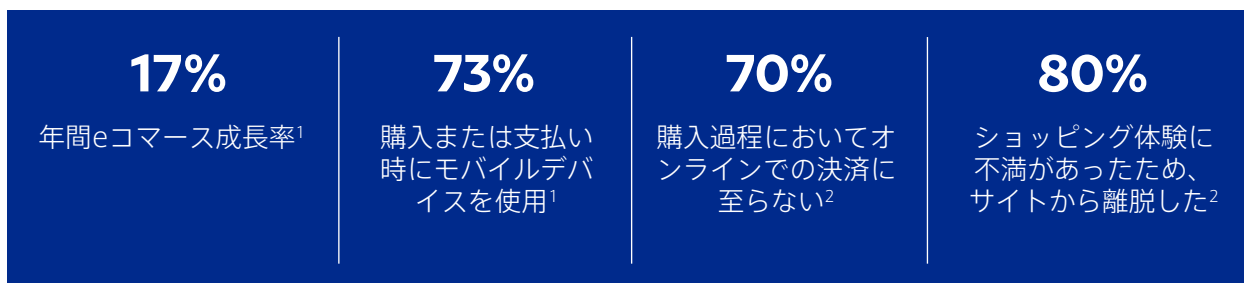
eコマース市場で成功のチャンスをつかむには

オンラインビジネスは世界中で成長を見せており、消費者がよりスムーズで簡単に支払いができる快適な顧客体験を求めています。顧客体験がオンラインビジネスで成功をおさめるかどうかの分かれ道になるのです。



なぜ、顧客体験がそれほどの影響を持つのでしょうか。

世界中のオンラインショッピング利用者はますます増えており、よい顧客体験を提供し、利便性と信頼性を高めることにより、コンバージョンレートの向上に結びつけるためです。



決済システムの最適化で売上アップ

顧客がスムーズに安心して簡単に決済が行えるよう、環境を整えましょう。

①

PayPal Checkout のアイコンを全商品ページに表示

顧客がより決済をスムーズに実行でき、コンバージョンレートの向上につながります。5人に3人の消費者が、なじみのないサイトでも、ペイパルの表示があるだけで安心感を持つと答えています。²

②

スムーズな決済プロセスを提供しましょう

スムーズな決済プロセスの提供はカゴ落ちを防ぐことができます。**PayPal Checkout** 機能を、購入ページや、買い物かごのポップアップ画面、商品説明ページと決済方法の案内ページに導入しましょう。

③

モバイルの小さな画面で面倒な個人情報を入力するステップを省略しましょう。

サイトをモバイル仕様に最適化しましょう。ペイパルなら、モバイル決済もスピーディーで簡単です。

ここで、顧客体験をさらに向上させる方法をご紹介します。

決済方法の表示、また支払いプロセスを最適化することはもちろん重要ですが、他にも顧客の信頼を得る近道があります。

まずは基本事項のチェックから – リンクが無効になっていないか、適所に正しく画像が表示されているか、スペルや文法的な間違いは無いかを確認しましょう。

商品説明はできるだけ詳しく – 詳細や、機能、サイズなど購入者が知っておくべき情報をもれなく提供しましょう。

信頼性を証明するサインを提示 – 顧客の信頼を得るために、セキュリティバッジや公式メンバーシップ、推薦コメントやカスタマーレビューなどを盛り込みましょう。

複数の通貨を表示 – 自国の通貨で支払いができるのとわかると、海外通販のハードルも下がります。²

オンライン注文の管理方法

注文、配送、顧客からの問い合わせなどの業務を上手く管理することが、リピート顧客層獲得につながる決め手になります。



– 配達日時を正確に伝えること。

できない約束はしないこと。国際配送の場合は20日以内を目途に手配しましょう。



– 返品プロセスをスムーズに手配すること。

丁寧に返品・返金に対応することでクレームを未然に防ぎましょう。



– 信頼性のある配送サービス業者を使うこと。

提携する業者の規模や、今までの実績、主要取引先などを確認しましょう。



– 苦情に迅速に対応すること。

迅速かつ丁寧な対応で、支払の取り消しや異議申し立てを未然に防ぎましょう。



– トラッキング番号を共有すること。

顧客が配送状況を確認できるようトラッキング詳細を顧客にシェアしましょう。



– 連絡の取りやすい環境づくりをすること。

Eメール、電話、オンラインチャット、ソーシャルメディア、自動返信メッセージなどの機能を活用しましょう。

“ペイパルを導入したことで、顧客に安心してオンライン決済サービスが提供できるようになり、ビジネスの流れが変わりました。顧客には、高額商品に関してはペイパルでの支払いを推奨しています。安全かつスピーディーで簡単に決済を行うことができるからです。”

– Hemo 氏、LastPrice 取締役

¹ PayPal (2020), PayPal Borderless Commerce Report, <https://www.paypal.com/sg/brc/article/borderless-commerce-1>

² Baymard Institute. (2020), 国 市場におけるオンラインショッピングでの「カゴ落ち」率 2006~2019年 [グラフ]。 <https://www.statista.com/statistics/477804/>