

CSSnITE LP37

EC

選ばれるECサイト

SimilarWeb PRO



Webクリエイター
能力認定試験

ism



一般社団法人ウェブ解析士協会

ウェブ解析士

JWSDA

CrowdWorks



ウェブ担当者通信

YOT
PO.



GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

「YOTPO. (ヨットポ) ってなに？」

「ユーザーレビューって必要なの？」



株式会社ギャプライズ 岩本 庸佑



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

事業内容

マーケティングプランニング(上流)から、運用/プロモーション、クリエイティブ(下流)までを一気通貫で提供できるチーム体制が、WebマーケティングのROI最大化を実現します。

<p>マーケティング プランニング</p>	<p>① インサイトターゲティング (All Plan)</p> <ul style="list-style-type: none"> 現状分析 (ヒアリング&ログ解析) 競合分析 インサイトターゲティング ペルソナ作成 インサイトコンテンツ&メッセージ抽出 ユーザーシナリオ リスティング (流入キーワード) 設計 	<p>② インサイトターゲティング (Basic Plan)</p> <ul style="list-style-type: none"> 現状分析 (ヒアリング/ログ解析) 競合分析 インサイトターゲティング ペルソナ作成 インサイトメッセージ抽出 	<p>③ 購買心理プロセスストーリー作成</p> <ul style="list-style-type: none"> 現状分析 (ヒアリング&ログ解析) 競合分析 ランディングページ設計書 ターゲット/サービス or 商品分析 訴求メッセージ抽出 L Pメインビジュアル構成案 縦横LP購買心理ストーリー構成作成 	
<p>構築</p>	<p>① Webサイト/ECサイト構築</p> <ul style="list-style-type: none"> Web サイト (12P ~) ランディングページ 簡単更新システム (CMS) × 2 お問合せフォーム × 2 アクセス解析ツール 	<p>② ランディングページデザイン</p> <ul style="list-style-type: none"> 縦横ランディングページデザイン <p>※大変入れ入りますが、デザインのための ご発注はお受けできません。</p>	<p>③ EFO (エントリーフォーム最適化)</p> <ul style="list-style-type: none"> Ajaxによるお問合せフォーム構築 フォーム離脱率を下げる“最後の一押し” お問合せ期待度向上動画制作 	
<p>運用/集客 (プロモーション)</p>	<p>① LPO運用/ECコンサルティング</p> <ul style="list-style-type: none"> LP 数値分析/改善レポート コピー/デザイン変更 	<p>② リスティング広告運用代行</p> <ul style="list-style-type: none"> リスティング運用 → Yahoo! リスティング or Adwords レポート作成&定期 MTG 	<p>③ アフィリエイト広告運用代行</p> <ul style="list-style-type: none"> アフィリエイトサイトの承認 クリエイティブ登録 アフィリエイトリクルーティング 等々 	<p>④ SEO対策</p> <ul style="list-style-type: none"> 優良パートナー紹介 →外部リンク対策 →内部対策
<p>分析ツール</p>	<p>① クリックテール</p> <ul style="list-style-type: none"> Click Tale (クリックテール) →ユーザーの「心」まで可視化する 次世代型分析ツール 	<p>② アクセスログ</p> <ul style="list-style-type: none"> アクセスログに応じて応相談 → Google アナリティクス推奨 	<p>③ LPOツール</p> <ul style="list-style-type: none"> LPO ツールに応じて応相談 →ご希望もしくは目的や状況に合わせて 最適なツールをご提案 	



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

最近始めた、力を入れた事業

clicktale®

DISTRIBUTION PARTNER <



<http://www.ctale.jp/>

Optimizely



<http://www.yotpo.jp/>

SimilarWeb PRO

<http://similar-web.jp/>

- LPO Lab -

運営メディア「LPO研究所」

<http://lpo.gaprise.com/blog/>

総はてブ数：2,000超

Facebookいいね数：5,000いいね突破

総Tweet数：3,000超



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

ECによる実績

月間平均売上60万円の店舗が、
3ヶ月後に800万円! 7ヶ月後に3,500万円突破! 最高7,500万円強
点心は楽天全1,700万点以上の商品中1位獲得!(自社/楽天/Yahoo!/ビッダーズ)

世界チャンピオン
絶品!生餃子!
1週間限定予約販売

人気の味を100個以上で!
特別価

試すぞ!世界一の味!

海老入り
ニラ餃子 **5個**

味に自信!7種の商品はコチラ!

数ヶ月間の沈黙を経て
今ここに!!

世界チャンピオン
フェニックス
セット
生誕!

肉まん5個
あんまん5個
海老シウマイ5個
肉シウマイ5個
黒胡麻まん5個
選べる餃子20個

総数
45個
それをすべてセットで
送料別
2,980円
(税込)

ECによる実績

コンバージョン率UPに成功した!! **ギャプライズ式LPO** 対策例【 BEFORE → AFTER 】



平均
コンバージョン率

2.0%



平均
コンバージョン率

5.0%
以上



楽天 2006 食品スイーツジャンルで
NO.1 の売上。
某大学院でも研究対象になりました。



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

特に縦長LPが得意

株式会社アドックインターナショナル様

問合せ件数7倍以上!!新規顧客開拓の重要なツールとしてWEBサイトの重要性を再認識



ナック様
「転ばぬ先の家づくり読本」LP

工務店への資料請求UPを目的に作ったランディングページ。月MAX165件。



ナック様
「クリクラ」LP

リニューアル後、Webサイトからの顧客獲得数が2倍にUP



プランスコーポレーション様
アジャンタ

リアルとWEBを考えた導線設計で、通販およびレストランの売上に貢献。



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

もちろんスマホLPも

before



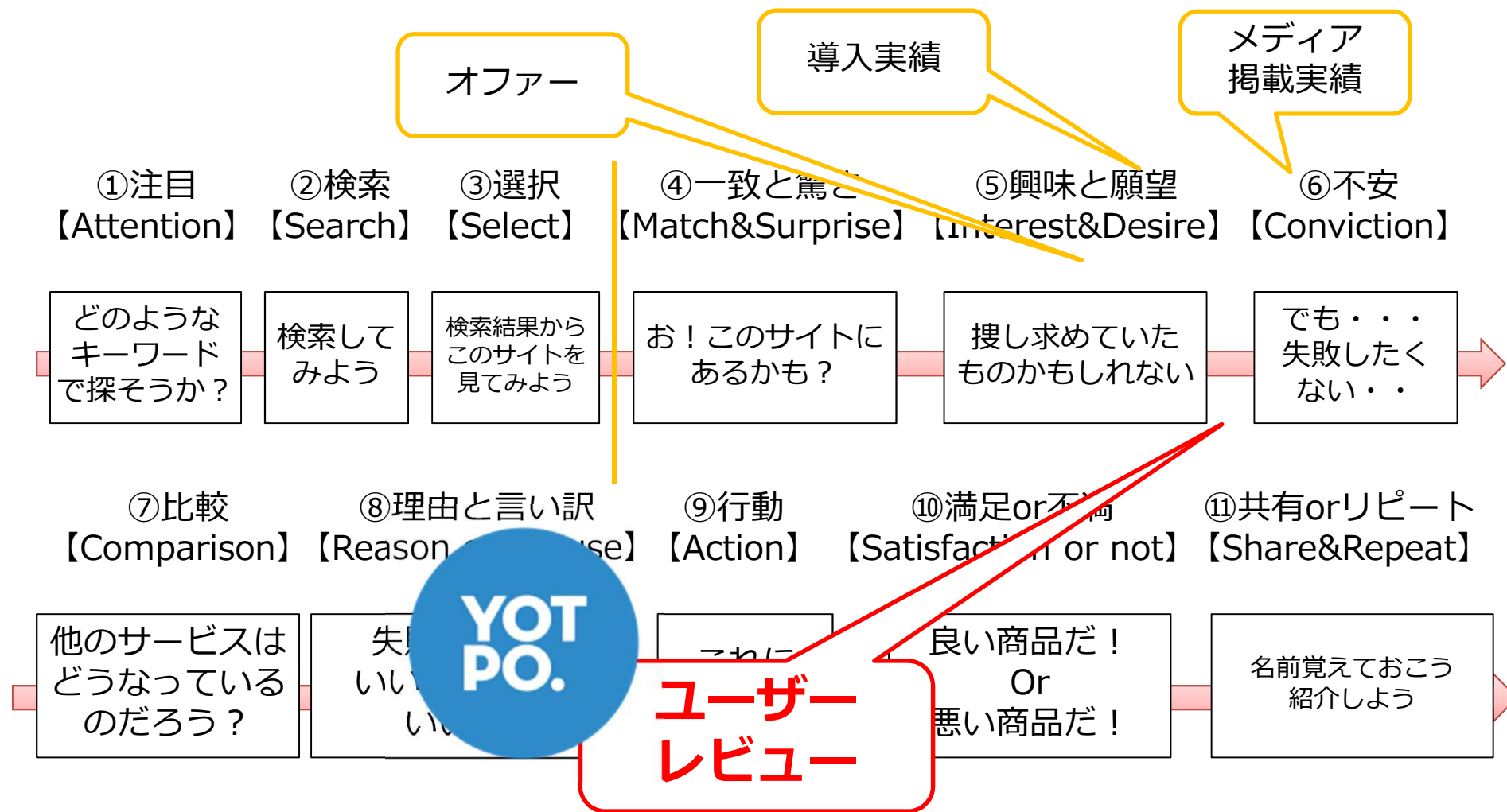
After



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

ギャプライズ式11の心理ステップ



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility



「YOTPO. (ヨットポ) ってなに？」

「ユーザーレビューって必要なの？」

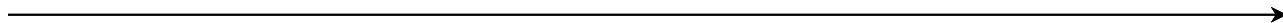


×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility



YOTPO.ってなに？



YOTPO.ってなに？

イスラエル、YOTPO.社が開発したマーケティングツール！

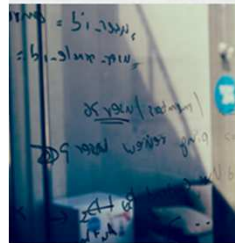
「ユーザーレビュー促進ツール」



2011年1月設立



2人のCo-founderと
26人のメンバー（開発担当は14人）



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility



そもそも、
ユーザーレビューって
必要なの？



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

ユーザーレビューは必要なのか？

- 「とにかく商品レビューは Zappos の顧客にとっては必要不可欠なものである。それは商品詳細情報よりも重要度は高い。」という。
商品レビューは粘着力に影響を与え平均滞在時間は15分を超える。(Zappos社)
- ユーザーが商品レビューを読むことに費やした時間によって
サイトへのエンゲージメントが強められているということは疑いの余地がない。
- レビュー付きの商品は 26pt売上げを伸ばしている。(NetShop 社)
- 総合通販事業者では商品レビューが投稿された商品において
11~20ptの売上げ増加がみられたと高く評価
- 「松や竹レベルの商品により多くの好意的なレビューが書かれていると、
お客様は上位の商品に興味を持つようになり、より多くのお金を使っていただけ
うになる
(Staples 社)
- レビューされた商品の露出を上げるだけで、その後の売上げ増に繋がった (Beach Audio社)



GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

ユーザーレビューは必要なのか

- 商品レビューを掲載した販促メールは商品レビューを掲載しなかったメールに比較して42%高い売上げになる (Golfsmith 社)
- 通常1%ぐらいの返品率があるが、商品レビューがついている商品の場合、返品率が0.83%まで下がる。また、商品レビューが 50 件以上投稿されている商品については、更に4pt返品率が下がった。
- レビュー付きの商品のコンバージョン率が飛躍的に向上していた
1~4 件のレビュー数で CVR が 15pt向上、5 件以上のレビュー数で 30pt向上
(Mountain Gear社)
- ◎ ギフト紹介メール、ページに評価の高かった商材を載せる!
- ◎ 商品レビューは商品への信頼と信用を与えてくれる。
特に自社ブランド商品において有効に働く。
- ◎ アクセスが多い特集ページで商品レビュー付きの商品紹介を載せたところコンバージョン率が 1 ポイント向上したと述べた。(The Knot社)

ユーザーレビューの効果

- ①レビューは滞在時間を伸ばし、商品へのエンゲージメントを高める
- ②レビュー付きの商品は売上、CVRがアップ（1~4件：15ポイント、5件～：30ポイント）する
- ③レビューは高単価商品に流れる要素である
- ④レビューが付いた商品は露出アップすると売上増になる
- ⑤レビューを載せた販促メールは売上が上がる
- ⑥レビューを載せた商品は返品率が低下する
- ⑦特集、ギフト紹介はレビューの高かったコトを訴求するとよい
- ⑧自社ブランドの信頼構築にはレビューは効果的である

売上UPに「ユーザーレビューは必要である。」



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility



じゃあ、
ユーザーレビューは
どうやって???



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

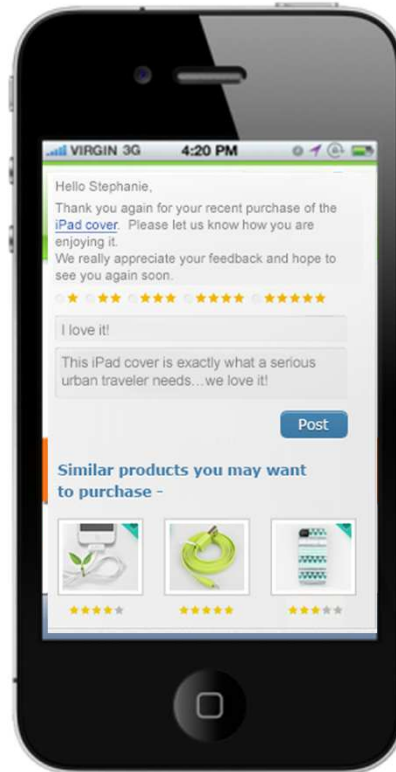
Let's use YOTPO.

購入後Eメール



商品が届いた頃に
フォーム組込メール
(HTML)
でレビューを依頼。

最適なタイミングを
自動学習



クーポン

ソーシャルでシェアしてく
れれば、レビューを書いて
くれればといった条件で
クーポンを発行可能

報酬による
エンゲージメント
アップ



Yotpoの「購入後Eメール」によって、買い物客の8.1-10.2%がレビューを書き込みます



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility



YOTPO.で
ユーザーレビュー価値を
最大化



YOTPO.からのユーザーレビュー効果の仕組み

集める



活用する



売上を上げる



自社サイトの各箇所にユーザーレビュー

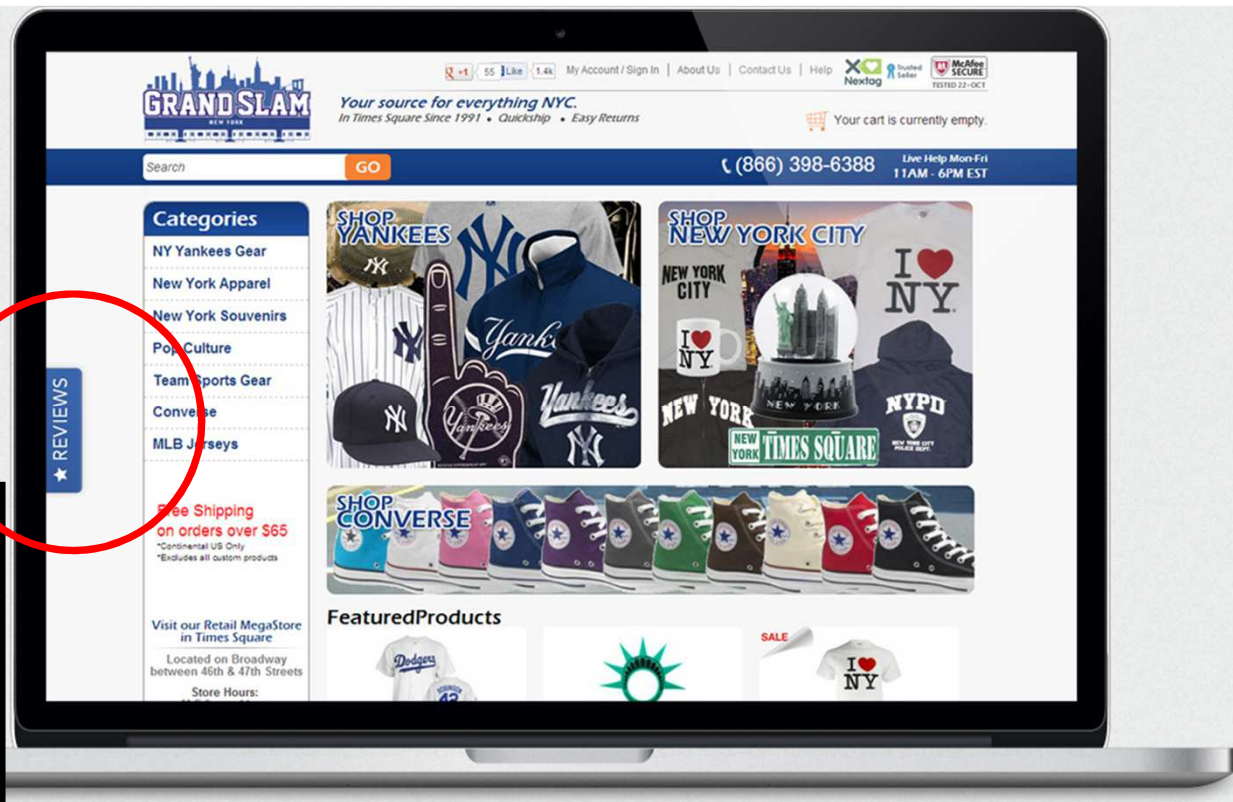
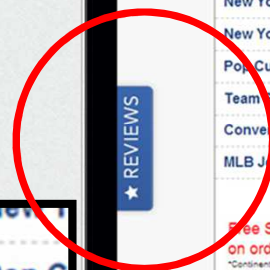
The screenshot shows a product page for a headband. The product title is "1/4 ウルトラコンフォートヘッドバンド" (1/4 Ultra Comfort Headband) with a price of 3,200 yen. The product description includes details about its comfort and fit. The review section shows a user profile with a 5-star rating and a review text: "こんなのがあったんです!" (I found something like this!).

コードを入力すればあらゆる箇所にユーザーレビューを掲載可能。

↑ ↑ ユーザーレビューにより店側だけの発信ではない情報にユーザーはリアルを感じ購入に至りやすくなる。

レビュータブでどこにでも

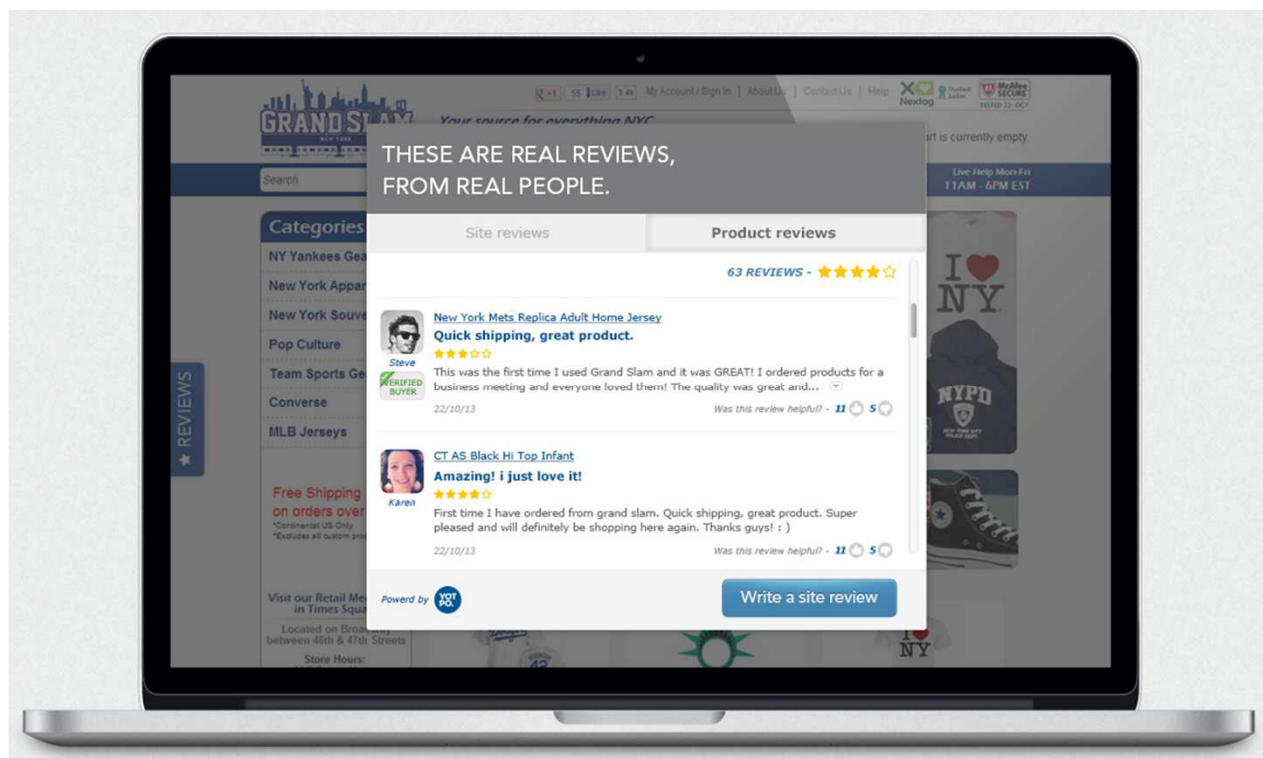
表示させたい場所に
設定することが可能



×

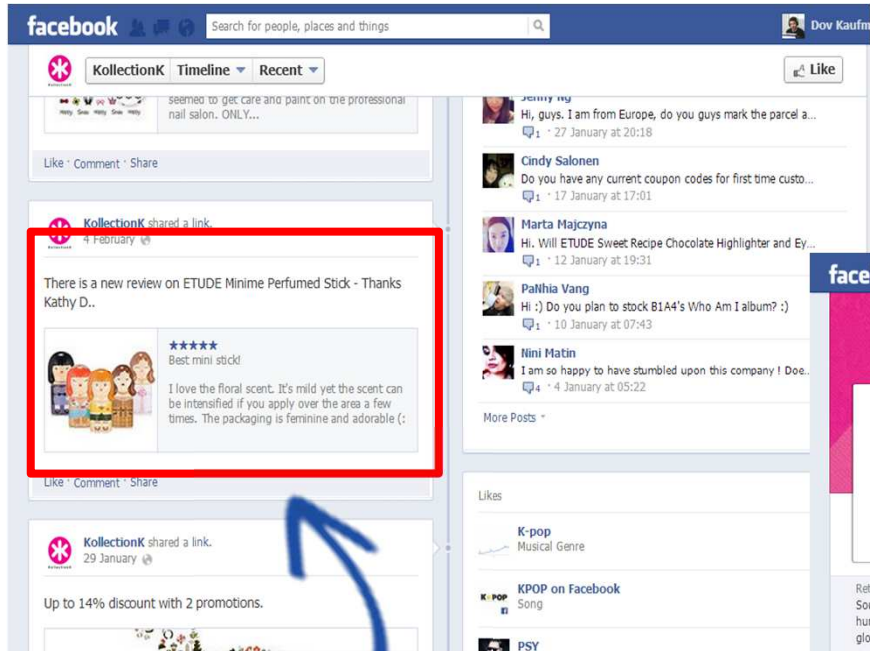
GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

ポップアップでレビューを表示可能



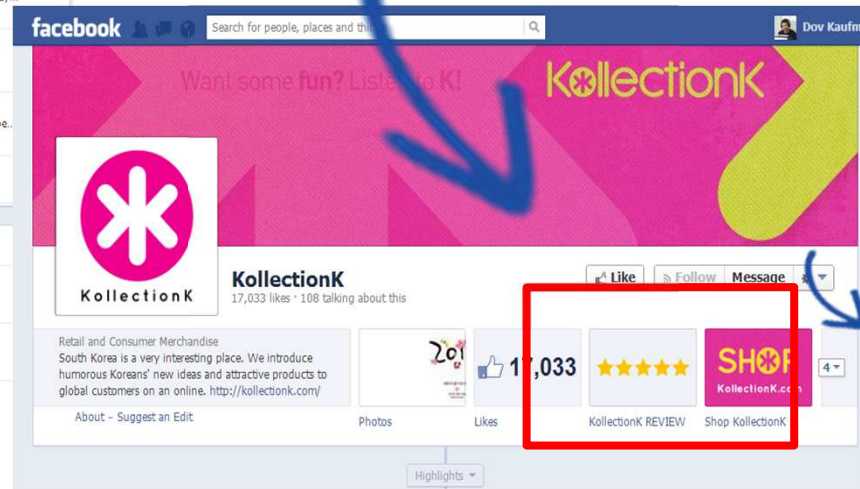
↑↑ 型番等の商品は店舗に対するユーザーレビューも信頼を醸成し購入ハードルを下げるコトができる。

Facebookと連携すれば集客も可能



フィード上に流すことも可能！

Facebookページにレーティングも掲載可能



ユーザーレビューを自社、ユーザー自体のソーシャル上に反映することで新しい集客チャネルからの集客が増加する。



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

YOTPO.からの訪問者は優秀

Source ?	Acquisition			Behavior		
	Visits ? ↓	% New Visits ?	New Visits ?	Bounce Rate ?	Pages / Visit ?	Avg. Visit Duration ?
	53,028,019 <small>% of Total: 100.00% (53,028,019)</small>	68.26% <small>Site Avg: 68.08% (0.26%)</small>	36,196,357 <small>% of Total: 100.26% (36,101,695)</small>	18.10% <small>Site Avg: 18.10% (0.00%)</small>	4.25 <small>Site Avg: 4.25 (0.00%)</small>	00:03:33 <small>Site Avg: 00:03:33 (0.00%)</small>
1. google						
2. (direct)	355,679	41.90%			149,038	0.32%
3. facebook.com						
4. m.facebook.com	316,917	18.11%			57,400	5.58%
7. editor.wix.co						
8. yotpo	305,173	79.80%			243,524	16.81%
9. pinterest.co						
11. youtube.com	316,917	18.11%	57,400	5.58%	5.93	00:06:32
	305,173	79.80%	243,524	16.81%	4.15	00:02:10
	294,686	72.72%	214,309	8.67%	2.31	00:02:04
	243,813	66.86%	163,008	8.37%	4.23	00:03:11

Yotpoからの訪問者を平均的な訪問者と比べると…

- ★ 滞在時間が95%長い
- ★ 1訪問あたりの閲覧ページ数が150%多い
- ★ 直帰率は3分の1以下



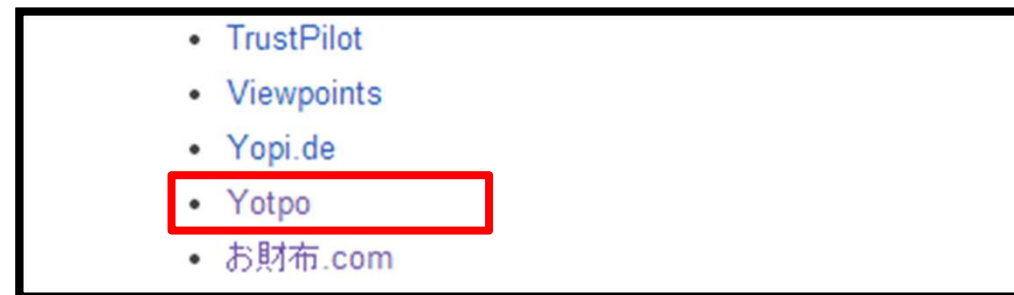
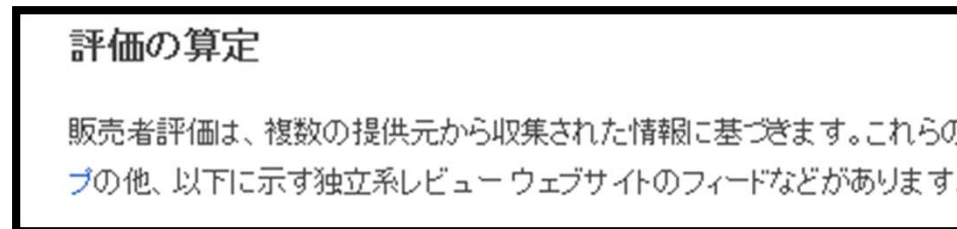
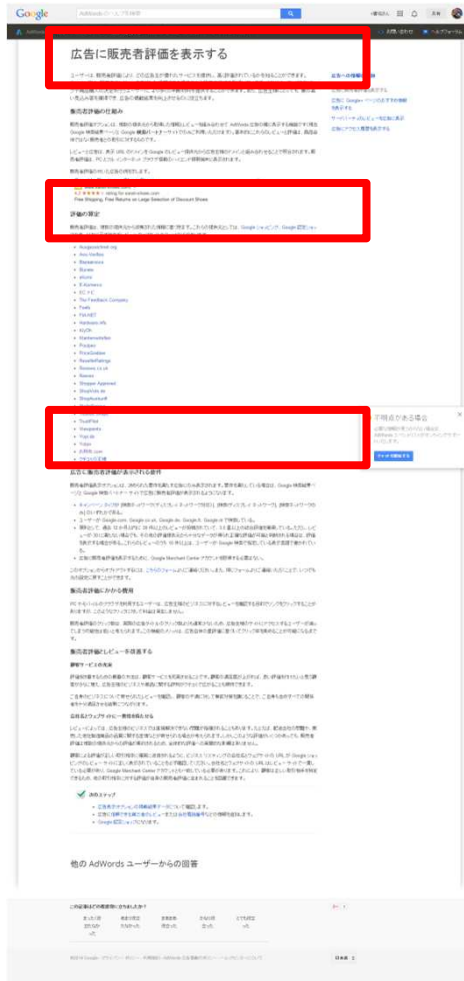
レビューから流入したユーザーは滞在時間が約3倍で、ページ回遊が150%、直帰率が33%以下になる。



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

Google広告上へのレーティング（海外）



- ①Google Seller ratings(販売者評価) との連携
- ②商品リスト広告との連携

レビュー効果をまとめると

レビュー価値



顧客満足度UP

エンゲージメントアップ

CVRアップ

対ギフト販促

単価UP

PVアップ

レビュー数アップ

YOT
PO.

Eメールマーケティング

滞在時間アップ

集客チャネル増

YOTPO.による
レビュー価値

流入ユーザー数アップ

レビュー経由ユーザーは優秀



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

つまり、YOTPO.を導入することで

▶ユーザーレビュー生成促進

→通常、購入者2%のレビュー獲得率をYOTPO経由だと8.2
~10.1%獲得できました。

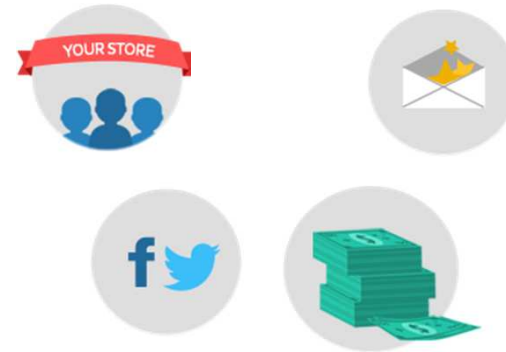
▶ユーザーレビュー活用ツール

→ユーザーレビューを精査し、サイト内、ソーシャル、ミニページ、Googleの検索結果ページに反映させ、**エンゲージメントを高めると共に流入チャネルを拡大**することができます。

▶ユーザーレビューからの売上UP

→レビューからのユーザー動向、売上等を把握することができます。

ユーザーレビューでYOTPO.活用



※ハードコーディングサイトの場合は初期費用が発生することがあります。

「ヨットポ」で検索



ヨットポ



<http://www.yotpo.jp/>



×

GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility



GAPRISE
The Absolute Value Of Sensibility

ご静聴頂きありがとうございます。

