



ベルメゾンネット上でのユーザー行動を可視化し、分析することで、カート放棄の原因を特定し、有効な改善策を推進

株式会社千趣会(以下、千趣会)は自社で運営するECサイト「ベルメゾンネット」のユーザー行動分析にIBM Tealeaf Customer Experience on Cloud(以下、Tealeaf)を活用。カートに商品を入れながらも購入には至らなかったユーザーのECサイト上での行動を忠実に再生し、そこからカート放棄につながると予測される事象を見いだした上で、ECサイトの改善を図る取り組みを推進しています。これまで幾つかの有効な改善策を実施することでユーザビリティの向上を実現し、そのほかの多角的な取り組みとの複合的な成果としてコンバージョン率の向上を達成しています。

【導入製品】 IBM Tealeaf Customer Experience on Cloud

ストラグル分析
ヒートマップ分析
セッション・リプレイ

Web ←→ Mobile

可視性、インサイト、答え

- ✓ 顧客体験をリアルタイムでキャプチャー
- ✓ 自動ストラグル検知
- ✓ 収益へのインパクトを把握
- ✓ デジタル・ユーザビリティの向上
- ✓ カスタマー収益のリカバリー

課題

- コンバージョン率の改善
- カート放棄につながる原因の特定

ソリューション

- ユーザーが見て触れた、ありのままのデジタル体験を一人ひとり詳細に観察し、カート放棄の原因を究明

効果

- ユーザビリティ向上につながる対策を実施
- そのほかの取り組みとの複合的な成果としてコンバージョン率の向上を実現
- 従来は気が付かなかったバグを発見し、改善

【お客様課題】

ECサイトのコンバージョン率を改善するためにユーザー行動の分析を推進

通信販売事業、プライダル事業、法人事業をはじめとしてさまざまなビジネスを展開する千趣会。そのメインとなる通信販売事業では、1976年に創刊したカタログ「ベルメゾン」に加え、2000年からはオンライン・ショッピング・サイト「ベルメゾンネット」も展開しています。

千趣会では自社でベルメゾンネットを運営するほか、他社が運営する国内大手ECモールや、中国向けの越境ECプラットフォームにも出店してビジネスを展開しています。そうしたECサイト関連のユーザーインターフェースおよびユーザーエクスペリエンスの改善や出店戦略、運営管理、分析などを推進するためにEC企画開発部を設置。そのEC企画開発部の活動の1つとしてベルメゾンネットのコンバージョン率を上げる、あるいはカート放棄率を下げるための改善を施す取り組みを推進しています。その活動について、同社 EC企画開発部 部長代理 野崎 伸重氏は「近年、カタログからの売上は減少傾向にあり、逆にECサイトの売上はこれまで順調に伸びてきましたが、その伸びも鈍化し始めてきています。ここ数年で、PCやガラケーからスマートフォンへのデバイスシフトが急速に進み、そのスマートフォン・ユーザーを中心に多くのセッション数を確保できるようになりました。一方で課題となったのが、多くのユーザーを受け入れて間口を広げた結果、コンバージョン率が悪化したということです。そこで2016年はパーチェス・ファンネル全体をKPIとして見ていましたが、2017年からはKPIを絞り込み、商品詳細画面への遷移率、カート放棄率、スマートフォン・ユーザーのコンバージョン率の3点に重点を置いて改善に取り組んできました」と説明します。

この取り組みを推進するために、現状のECサイトにおけるユーザーの行動を分析する必要があり、千趣会ではユーザー・アンケートの集計、Webの行動ログのトラッキング・分析などを行っていました。

「アンケートやログの解析などを通して、サイトの課題点について仮説を立て検証を行ってきましたが、それだけでは気が付くことができないECサイト上の改善すべき課題があるのではないかと考えていました。例えば、カートに商品を入れながら購入に至らないケースが一定の割合でありましたが、その原因はさまざまな事象の積み重ねにあると想定はできるものの、実際のお客様の行動を見える化できていなかったため、具体的に課題点を抽出することはできませんでした」（野崎氏）。

【ソリューション】

Webサイト上のユーザー行動を詳細に再現可能なTealeafを採用

千趣会がECサイト上でのユーザー行動分析の精度を高めたいと考えていたところ、日本アイ・ビー・エム株式会社（以下、日本IBM）からTealeafを紹介されました。TealeafはPCやモバイルでユーザーが“ストラグル”している体験から、重要度の高い問題を優先的に検出することができるソリューションで、オンプレミス版のほか、IBMが管理するクラウド環境から提供するSaaS版が用意されています。ユーザーがどのようにページをスクロールしたのか、どの部分をクリック（タップ）したのか、どのような情報を入力したのかといったことをすべて保存し、それを動画として再生することで実際のユーザーの行動や体験を詳細に観察することが可能になります。またヒートマップ分析やフォーム分析で全体の傾向を把握したり、売上インパクト分析で特定の障害の影響を受けたユーザーを特定し、そのビジネス・インパクトを可視化したりすることもできます。

「日本IBMの方にTealeafのデモを実施していただき、とても興味深く拝見しました。以前よりモニターを募ってアイトラッキングを行うといった取り組みが必要だと感じていましたが、Tealeafであれば実際のユーザー行動をいつでも再生・分析することが可能なので、具体的な課題点の発見につなげることができるのではないかと思います。またSaaSとして提供されているので、少ないコスト負担で試すことができることから、まずは1年間活用することになりました」（野崎氏）。

Tealeafであれば実際のユーザー行動をいつでも再生・分析することが可能なので、具体的な課題点の発見につなげることができるのではないかと思います。



株式会社千趣会
EC企画開発部
部長代理
野崎 伸重 氏

千趣会は2016年9月に Tealeaf の採用を決定し、その後適用するページの選定作業を進めました。

「担当スタッフの人数が限られていることからすべてのページを分析することはできませんので、カートに商品を入れた後のページに絞って Tealeaf を適用し、ユーザビリティを調べることにしました。ページを適用させるための作業は、タグ・マネージャーを使ってタグを1行加えるだけなので簡単に作業が終わりますが、保存情報をマスキングする作業には時間をかけました。ECサイトの情報をそのまま保存するとクレジット番号などの個人情報が含まれてしまいますので、担当スタッフがそれらの情報を閲覧できないようにするために、それぞれのページでどの部分をマスキングするのかについては慎重に検討しました」(野崎氏)。

こうした作業を進めながら、準備できたページから随時 Tealeaf の活用を開始しました。

【効果 / 将来の展望】

Tealeaf を活用した改善策をはじめとしたさまざまな取り組みの成果でコンバージョン率の向上を実現

Tealeaf を活用したユーザー行動の分析作業は、少人数の担当スタッフによって開始されました。

「専任のスタッフを配置することはできませんでしたので、ほかの業務と兼任で担当してもらいましたが、業務の優先順位の都合などで、Tealeaf を活用する頻度に波ができてしまっていました。そこで1週間の中で一定の時間を必ず分析作業に充てることをルール化し、課題点の発見の有無にかかわらず担当者から定期報告を求めるようにしました。こうした取り組みを継続した結果、1年間で課題点を15件見つけ出すことができました」(野崎氏)。

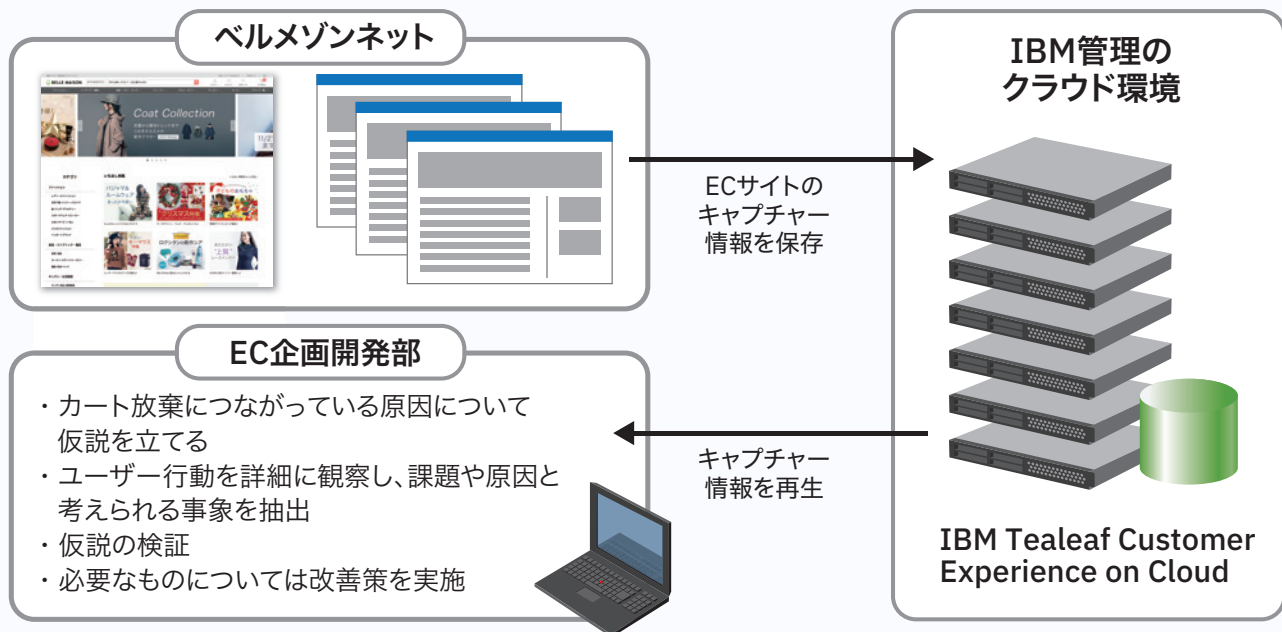
15件の中で4件は潜在的なバグを発見したものでしたが、11件はユーザーが注文完了に至らなかった原因と考えられる事象と予測されました。その中の3件については改善対策が完了、3件は改善策の検討を進行、5件については対応の見送りを決定しました。

「Tealeaf を活用することで発見した事象については、その行動状況からカート放棄の原因についての仮説を立て、その対策を進めました。ECサイトを作成した側のスタッフは当たり前だと考えていたデザインやレイアウトが、ECサイトに不慣れなお客様にとっては不親切なものであるというケースもあります。それに気が付くことは難しいのですが、Tealeaf を使って丁寧にお客様の行動を観察することで、そうした事象の発見につながる可能性が広がったと思います。Tealeaf を活用した取り組み以外にも、コンバージョン率を高めるためにさまざまな対策を進めてきましたが、それらの取り組みの結果として、2017年の夏から秋にかけてコンバージョン率が改善されるという成果につながっています」

1年間で課題点を15件見つけ出すことができました。11件はユーザーが注文完了に至らなかった原因と考えられる事象と予測されました。

株式会社千趣会
EC企画開発部
部長代理
野崎 伸重 氏

IBM Tealeaf Customer Experience on Cloud を活用した EC サイト改善の取り組み



ECサイトを作成した側のスタッフは当たり前だと考えていたデザインやレイアウトが、ECサイトに不慣れなお客様にとっては不親切なものであるというケースもあります。

株式会社千趣会
EC企画開発部
部長代理
野崎 伸重 氏

具体的な改善例としてはチャット機能の仕様変更が挙げられます。ベルメゾンネットでは一定時間が経過するとチャットのウィンドウが立ち上がる機能が各ページに備えられていますが、Tealeafで観察した結果、そのウィンドウを頻繁に閉じるケースが数多く発見されました。そこでページごとの平均滞在時間に応じてチャットが立ち上がるタイミングを調整したほか、チャットを立ち上げるためのボタンを小さいサイズに変更しました。こうした事象は通常のWebログでは発見することは難しく、Tealeafで保存された情報を分析することで初めて見つけ出すことが可能になります。

Tealeafはユーザー行動を再生し、ストラグルの原因を見出すことができますが、最終的な判断はやはり人が行う必要があります。そこで千趣会では、担当スタッフだけではなく、週に1度関連スタッフ全員で分析を行うという取り組みを推進しています。

「同じ行動を観察したとしても、人によって気が付くポイントは異なってきます。そのため、可能な範囲で複数のスタッフが観察を行うようにしています。また発見した事象に対する仮説についても、それが正しいのかどうかについて複数人で多角的に検証するようにしています」(野崎氏)。

またECサイトのバグを発見したこともTealeafを活用するメリットになっています。

「本来こうしたバグはお客様からの指摘や改修作業中のテストなどにより気が付くのですが、それでも発見できないものも存在します。Tealeafを使うことでそうした潜在的なバグを修正できたことは、想定外のメリットになりました」(野崎氏)。

今後はほかのページにもTealeafを適用して、さらなる改善策を推進する予定だと野崎氏は語ります。

「1年間活用してきて効果も確認できました。今後は商品やサービスの紹介ページの分析に取り組むことを計画しています。SEO対策やリスティング広告の影響で商品詳細ページにダイレクトにアクセスするケースが増えていますので、そのコンバージョン率を向上させる取り組みを推進していく予定です。こうした取り組みを通じて、カタログ販売で培ったお客様に寄り添ったサービスに一層磨きを掛け、さらなるサービス向上をつなげていきたいと考えています」

千趣会は、今後もECサイトの改善をはじめとして、顧客の立場に立った取り組みを積極的に推進し、より付加価値の高いサービス提供を実現していきます。

ウーマン スマイル カンパニー

senshukai

株式会社千趣会

〒530-0035 大阪府大阪市北区同心1-8-9

Official: <http://www.senshukai.co.jp/>

Shop: <http://www.bellemaison.jp/>

1955年、こけし人形の頒布を目的に設立された株式会社千趣会は、その後女性向けのオリジナル商品のヒットによって業容を拡大しました。1976年にはカタログ誌「ベルメゾン」を創刊。さらには2000年にはオンライン・ショッピング・サイト「ベルメゾンネット」を開設し、「ウーマン スマイル カンパニー」を企業ビジョンとして掲げながら人々の生活向上に貢献しています。



©Copyright IBM Japan, Ltd. 2017

〒103-8510 東京都中央区日本橋箱崎町19-21

このカタログの情報は2017年12月現在のものです。仕様は予告なく変更される場合があります。記載の事例は特定のお客様に関するものであり、全ての場合において同等の効果が得られることを意味するものではありません。効果はお客様の環境その他の要因によって異なります。製品、サービスなどの詳細については、弊社もしくはビジネス・パートナーの営業担当員にご相談ください。IBM、IBM ロゴ、ibm.comおよびTealeafは、世界の多くの国で登録されたInternational Business Machines Corp. の商標です。他の製品名およびサービス名等は、それぞれIBM または各社の商標である場合があります。現時点でのIBM 商標リストについてはwww.ibm.com/legal/copytrade.shtml をご覧ください。