

ネットショップをはじめる前に知っておきたいこと(全6回)

第6回:お客様を購入に導くテクニックを知っておこう

執筆:志鎌 真奈美(Shikama.net代表)

第5回目では、ネットショップで売るための3大原則を中心に解説していましたが、今回はその続きで、実際にネットショップを訪れたお客様が、購入に至るまでの導線についてお話したいと思います。

ネットショップに訪問した人が、どのようなプロセスを経て購入に至るのか？

それを知るためには、まず購入者の心理や行動の導線を知る必要があります。詳しく解説します。

覚えておきたい、消費者の購買プロセス「AISAS」



消費者の購買プロセスを表す「AISAS」という言葉があります。これは、

- ①「Attention」(注意が喚起され)
- ②「Interest」(興味が生まれ)
- ③「Search」(検索し)
- ④「Action」(購買し)
- ⑤「Share」(情報を共有する)

の頭文字を取ったものです。

※「AISAS」は株式会社電通の登録商標です。

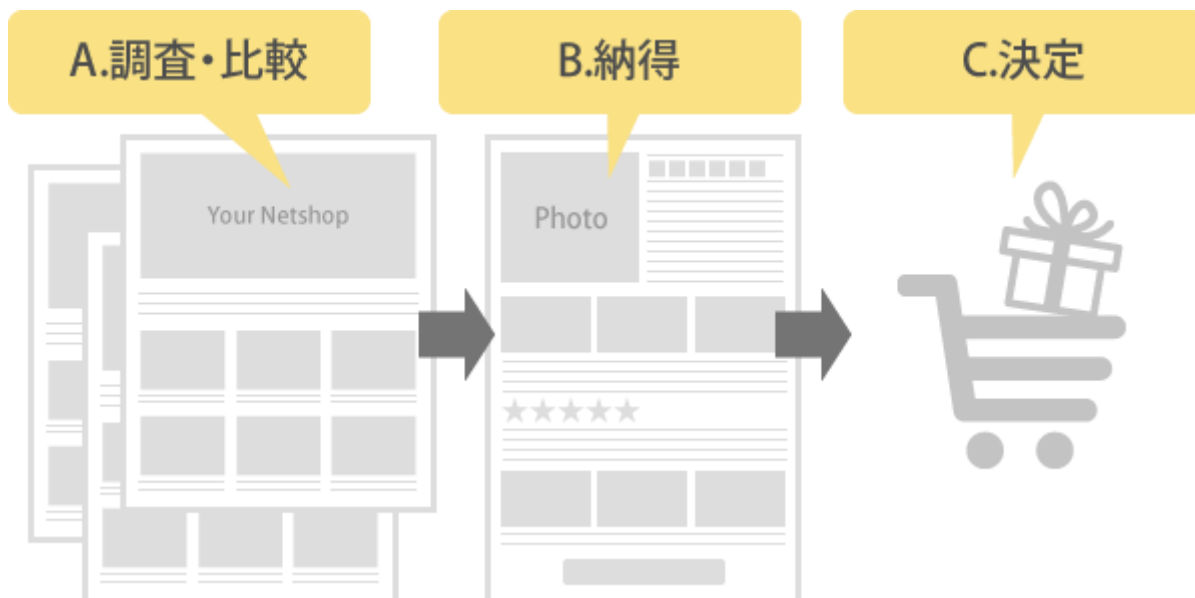
図で表すと以下のような流れになります。必ずしも全員が同じ流れで購入するとは限りませんが、一つの型として覚えておくと良いでしょう。



迷っている購入者を後押しするためのコンテンツ

上図のように、すんなりと購入に至る場合には何の問題もありませんが、実際には「③検索」⇒「④購入」に至るまでに、さまざまな行動や葛藤があります。

検索した後の心理や行動をまとめると、以下のようになります。



A:調査・比較

検索した後、検索結果の中から興味を持ったサイトへ訪問し、より深くページを閲覧し、各サイトを比較検討します。送料の有無と料金、特典など、訪問者は細かくチェックしながら、最も自分にとってもっとも有益なショップから購入しようとしています。

B:納得

目星をつけたショップで本当に大丈夫かどうかを確認し、納得できる材料を探します。

C:決定(=購入)

購入を決定した状態です。買い物カートをクリックし、購入手続きへと移行します。

ここで特に注意しておきたいのは、ネットで購入できる商品は「比較」されるということ。そして消費者は「C:納得」した上で買いたいという心理があるということです。たとえ「欲しい」と思っている商品でも、すぐに購入しないというケースが多いのです。

A ⇒ B ⇒

Cの流れへ持っていくためには、商品の良さを十分に説明する、お客様の声やレビューを掲載する等、「納得」してもらうためのコンテンツを用意する必要があります。

迷っている購入者を後押しするコンテンツ

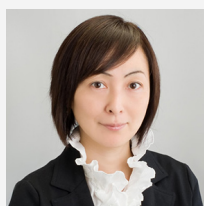
迷っている購入者をあと一歩後押しするには、「この商品を購入することは、自分にとってメリットだ」と納得してもらう他、「信頼感」や「安心感」を獲得する必要があります。そのためには、以下のようなコンテンツ(=ページ、中身)を用意しましょう。

| | |
|----------------|--|
| 商品のメリットが伝わる説明文 | 商品のメリットが伝わる説明文が書かれていますか？商品の「売り」や「特長」が盛り込まれているか、訪問者に伝わる言葉で表現されているかを精査しましょう。文字で伝えるのが難しい場合は、動画を使うのも手です。 また、デメリットがある場合は、正直に伝えることで誠実である印象を持ってもらえることも。 |
| 料金上のメリットや特典 | 商品を購入する際に、特典や割引がある場合は、目立つように記載しましょう。ただし、無理にディスカウントする必要はありません。 <ul style="list-style-type: none">• 初回購入のみ〇%割引• 〇円以上の購入で送料無料• セットで割引、期間限定割引• リピーター特典 など |
| お客様の声、レビュー | 購入経験者の感想やレビューページは、ネットショップの中でもアクセス数があるページです。購入前の不安解消に必須のコンテンツですので、日頃から「お客様の声」は集めておくようにしましょう。 |
| よくある質問と回答(Q&A) | 購入前、購入後によく尋ねられる疑問や質問はありませんか？Q&Aのコーナーにまとめて、回答とともに掲載しておく、不安の軽減に役立つだけでなく、サポートコストの低減にも繋がります。 |

| | |
|-------------------------------------|--|
| 返品について | 通信販売という仕組み上、サイズが合わない、思っていたものと違っていたというケースがどうしても発生してしまいます。返品、交換のルールや期限などを明記しておきましょう。 |
| 運営者情報 (特定商取引法による 表記) | 直接、購入したい気持ちを後押しするコンテンツではありませんが、法的に、そして信頼獲得のためにも、運営者情報は掲載しましょう。 |

これらのコンテンツがきちんと準備されているか、確認してみてください。「納得」してもらえれば、購入に繋がりやすくなるはずですよ。

「ネットショップをはじめる前に知っておきたいコト」全6回連載は今回で終了します。
次回からは、新シリーズ「ネットショップ開店の準備をしよう」をお届けしますので、お楽しみに！



志鎌 真奈美(しかま・まなみ)

Shikama.net 代表 / JimdoExpert

<http://www.shikama.net/>

<http://www.web-supporter.jp/>

北海道函館市生まれ。北海道教育大学函館校卒業。千葉縣市川市在住。
1997年よりWeb制作を始める。ソフトウェア会社のWeb制作部門に5年間勤めた後、2002年4月に独立。Web制作・企画・制作、システム構築などに従事。
講師として、Webマーケティングやデザインのセミナー活動も行っている。

著書に『WebデザイナーのためのJimdoスタイルブック』(共著、マイナビ)、『Web文章の「書き方」入門教室～5つのステップで「読まれる→伝わる」文章が書ける!』(技術評論社)。