

集客ばかりではない！ECの売上を効率よく増加させる方法5選。

ECサイトを作成しただけでは「無人島に自分の土地を作ったようなもの」という言葉がよく知られています。これは、ECサイトを作成する際には、まず集客が重要になってくるということです。しかし、集客だけでは売り上げをあげることはできません。**ECサイトの売り上げ＝訪問数×購入率×客単価**と表されるように、集客の他に購入率と客単価をあげる施策も大切です。これらの施策はネット上にあまり出回っていないので、今回は丁寧に解説していきます。

1.購入率UPするには

せっかく自社サイトに来てくれたのに何も買わずに帰ってしまっただけでは、集客しても意味がありません。そのようなことを減らすには、購入率をアップさせる必要があります。最も効果的かつ簡単な方法は4つ考えられます。1つ1つ丁寧に解説していきます。

施策①モール型ECと自社ECを連携させる

モール型ECと自社ECを連携させることで、リピーターが増えて、結果的に購入率を上げることができます。モール型ECで注文した後に自社SNSのフォロー等を促し、2回目以降の購入から自社ECにという流れができるからです。自社サイトで購入させることで、手数料を安く抑えることができたり、マーケティングツールの活用ができるからです。なので、モール型ECのみで商品売っている事業者は、自社ECサイトを作って連携させることが重要です。

そうすることによって、手数料の安さやカゴ落ち等の施策を実行することができるというメリットがあります。モール型ECと自社ECサイトの連携は、Baseでもできますが、Shopifyは連携できる販売チャネルの数が圧倒的に多いです。

施策②カゴ落ち対策

カゴ落ちとは、オンラインショップで購入する際に商品をカートに入れて、購入手続きまで行かずにショップを離脱することを言います。カゴ落ちユーザーは7割ほどというデータもあるほど多いので、カゴ落ち対策をすることによって売り上げをあげることは十分に可能だと考えられます。

「BASE」や「STORES.jp」などECサイトの種類はたくさんありますが、Shopifyのみカゴ落ちメール機能を利用することができます。詳しくは、「SHopifyのカゴ落ち対策」についての記事がありますのでこちらをご覧ください。

施策③決済方法を増やす

決済方法を増やすと購入率を増加することができます。お客さんによって希望する決済方法が異なるため、希望する決済方法がないから購入をやめる出来事を減らすことができるからです。例えば、あまり家にいない人には「コンビニ決済」、手元にお金がない人には「後払い」が最適です。そのため、なるべく多くの種類の決済方法を導入することをおすすめします。

それぞれのECサイトで導入できる決済方法は異なりますので、自社サイトを作成する際に参考にしてください。

	Shopify	base	stores
決済方法	クレジットカード / 2Checkout / Alipay Global / Amazon Pay / BitPay / KOMOU・コンビニ / PayPal Express Checkout / PUT IT ON LAY-BUY / Shopify Payments/Apple Pay/Google Pay 等 100以上	クレジットカード / キャリア 決済 / コンビニ / 銀行振込 / 後払い(審査あり)	クレジットカード / コンビ ニ / 銀行振込 / PayPal / 後払い / キャリア決済 / 楽天ペイ / 代金引換 (月 額プラン) / Amazon Pay (月額プラン)

施策④クーポンを導入する

クーポンを導入することで購入率を増加させることができます。なぜなら、1度買ってもらった際に次回以降使用できるクーポンを発行することで、リピーターになってくれる可能性が高くなるからです。例えば、ユーザーの誕生日に、「お誕生日おめでとうございます」というメッセージとともにクーポンを配布することで、そのユーザーは商品を買ってくれやすくなります。このように、クーポンを発行することで購入率を上げることができます。

クーポン機能を使用する場合、Shopify・Baseではどのプランでも使用することができますが、STORES.jpは有料コースでしか機能を追加することができません。

2. 客単価UPの方法

客単価をあげる方法としてクロスセル・アップセルがあります。

施策⑤クロスセル・アップセルを狙う

クロスセルとは、お客さんが買おうとしている商品に関連する商品を勧めるマーケティング手法です。その商品に合うものを揃えようという気持ちが動き、客単価アップにつながります。身近な例で言うと、macbookを買う際にAppleCareやappleMouseを勧めることに当てはまります。

アップセルとは、お客さんが買おうとしている商品よりも価格が高い商品を勧めるマーケティング手法です。どうせ買うなら良いものを買おうという気持ちが働き、客単価アップにつながります。身近な例で言うと、macbookを買う際にメモリやストレージのアップを勧めることに当てはまります。

Shopifyでは、クロスセル・アップセルの設定ができる無料アプリが使用できます。また、STORESでは、まとめ割引・セット割引を設定する機能を利用して、クロスセル・アップセルを狙うことができます。

まとめ

ECサイトで売上を上げるには、集客・購入率・客単価それぞれの施策が必要になります。その中でも今回は、購入率と客単価をアップさせる方法を解説しました。それらの方法では、自社のECサイトの機能をうまく利用できるかが重要になります。

今回紹介した施策が効率良く実施するには、「Shopify」がおすすめです。なぜなら、ShopifyはSTORES.jpやBaseに比べて、カゴ落ち対策ができる・決済方法が豊富・クロスセルとアップセルの設定ができる・連携できる販売チャネルが豊富というメリットがあるからです。ですので、効率良く購入率・客単価を上げることが可能になります。

今回紹介した5つの施策を試し、効率よく売り上げを増加させましょう。