

公開済み:<https://optemo.co.jp/knowhow/livechat-introduction/>

▼ペルソナ(ヒアリングをもとに固定しています)

- ・自社のHPからのリード獲得や商談獲得に悩んでいるマーケターや担当者、営業、マーケの役職者
- ・会社規模100名以上

▼検索意図(キーワードによって変動します)

- ・Webサイトからの問い合わせが少ない、CVにつながらないといった悩みから解決策を検討するなか「Web接客」という言葉に出会う
 - ↳自社でもWeb接客を取り入れるべきか判断するため、まずはWeb接客の概要を知りたい
 - ↳Web接客とはそもそもなに？
 - ↳どうやって行う？
 - ↳なにかツールは必要？
 - ↳自社でやるべき？

▼関連キーワード

web接客 事例
web接客ツール
web接客ツール 比較
web接客ツール ランキング
web接客 英語
web接客ツール karte
web接客 ポップアップ
web接客 b-dash
web接客ツール 無料
web接客ツール カオスマップ

▼構成

Web接客とは？導入メリットやツールの比較ポイントを解説



Web接客とは、Webサイトを訪問したユーザーに対して、実店舗での接客のような対応をオンライン上で実現する手法です。ポップアップやチャット、バナー表示などを通じて、ユーザーの興味や行動に応じた情報提供を行うことで、購入や問い合わせなどのアクションを後押しします。

業種やビジネスモデルを問わず、Webを活用する企業にとっては、訪問者との接点を強化し、CVR(コンバージョン率)の向上や離脱の防止を図るうえで効果的な手段です。

一方で、どのように導入すればよいか迷う方も多く、適切な手法やツール選びが課題となるケースもあります。

この記事では、Web接客の基本から導入メリット、ツールの種類や選び方までを徹底解説します。最適なツールを選ぶためのポイントやおすすめツールも紹介いたしますので、自社の課題解決にお役立てください。

h2:Web接客とは？



Web接客とは、Webサイトへの訪問者に対してweb上でサポートを行ったり、コミュニケーションをとったりして、顧客体験(CX)を向上させるアプローチ手法です。

例えば、以下のような施策が含まれます。

- 訪問者の行動・興味・閲覧履歴にもとづくおすすめ商品や関連情報の表示
- リアルタイムでのチャットサポート
- クーポンやキャンペーンのポップアップ表示

Web接客を取り入れると、訪問者の潜在的なニーズに沿った情報提供や課題解決につながる可能性があります。その結果、顧客満足度の向上だけでなく、Webサイトからの離脱率改善やCVR(コンバージョン率)の向上、さらにはLTV(顧客生涯価値)の最大化が期待できます。

h2:Web接客で期待できることは？

Web接客は、顧客体験(CX)の向上やCV(コンバージョン)の改善につながられます。

例えば、以下のような施策によって訪問者との接点を増やし、スムーズな意思決定を後押しできます。

- 行動履歴や興味に応じたおすすめ情報の表示
- チャットによるリアルタイムサポート
- クーポンやキャンペーンのポップアップ提示

これらのアプローチにより、訪問者の潜在ニーズに応じた対応が可能になり、離脱率の改善、CVRの向上、LTV(顧客生涯価値)の最大化といった成果が期待できます。

h3:Web接客を行うにはツールが必要

Web接客を行うにはツールが必要

Web接客でユーザーの行動を把握し、リアルタイムで最適な対応を行うのは、人力だけでは困難です。そのため、一般的には以下のようなツールが必要とされます。

ツールの種類	主な機能・活用例
ポップアップ表示ツール	ユーザーの滞在時間やスクロール率に応じて、クーポンやキャンペーン情報を表示
チャットボット／有人チャットツール	リアルタイムの質問対応や、シナリオベースの商品案内を自動化
レコメンドエンジン	閲覧履歴や行動データに基づいて、関連商品や記事を自動で提案

こうしたツールを活用することで、訪問者一人ひとりに合わせたコミュニケーションを自動化でき、人的リソースに頼らずに質の高い接客を実現できます。

h2:Web接客ツールの主な機能



Web接客ツールの主な機能と期待できる効果は、以下のとおりです。

機能名	概要
リアルタイムチャット	Webサイト閲覧中の訪問者が、その場で疑問や要望をチャットで問い合わせできる
行動分析	Webサイトを訪れたユーザーの閲覧履歴・滞在時間・クリック行動といった、サイト内での動きをリアルタイムで追跡・分析する
パーソナライズド メッセージング	訪問者の属性(新規/リピーターなど)や行動履歴、興味・関心に応じて、個別に最適化されたメッセージやコンテンツを自動で表示する
ポップアップ表示	特定の条件下で、Webサイト上にクーポン・アンケート・お知らせ・離脱防止メッセージなどを自動で表示する
A/Bテスト	複数の接客パターンやコンテンツ(例:異なるポップアップメッセージ、おすすめ商品の表示方法)を同時に表示し、どちらがより効果的かをデータに基づいて検証・比較する
効果測定・分析	Web接客施策が、CV数・離脱率・滞在時間などにどのような影響を与えたかを数値で把握し、レポートする
レコメンドエンジン	閲覧履歴・購買履歴・興味関心に基づいて、ユーザー一人ひとりに最適な商品やコンテンツを自動で提案する
外部システム連携	CRM(顧客管理システム)やMA(マーケティングオートメーション)ツール、DMP(データマネジメントプラットフォーム)など、他のシステムと顧客データを連携し、一元管理・活用する
コブラウズ・画面共有	訪問者とオペレーターが同じWeb画面を同時に閲覧し、オペレーターが訪問者の画面操作をガイドしたり(コブラウズ)、自分の画面を訪問者に共有して説明したりできる

Web会議・ビデオ通話	訪問者とオペレーターがビデオ通話で対面に近い接客を行える
FAQサイト連携	チャットボットがFAQ(よくある質問)データベースと連携し、ユーザーの質問に自動で回答したり、関連するFAQページに誘導したりする
AI	ユーザーの行動パターンをAIが学習し、最適なタイミングでパーソナライズされた接客を自動で行う

Web接客ツールは、種類や製品によって搭載されている機能が異なるため、導入前に自社での活用イメージを整理し、必要な機能を明確にしておくことが重要です。

h2:Web接客ツールの種類



Web接客ツールは、大きく分けて2つの種類に分けられます。

- ポップアップタイプ
- チャットタイプ

それぞれの違いを解説するので、自社でどの種類を導入するかを検討するときの参考にしてみてください。

h3:ポップアップタイプ

ポップアップタイプは、訪問者の行動に応じてリアルタイムでポップアップメッセージを表示し、関心を引きつけるWeb接客ツールです。

例えば、離脱しそうなタイミングで「今すぐ購入で〇%オフ!」のようなクーポンやキャンペーン情報を提示し、購買を促します。

視覚的なインパクトを活かして訪問者の注意を引き、購入意欲を高めることが可能です。ポップアップタイプは、特定の情報を見せたい場合や、ユーザーのアクションを強く促したい場合に非常に効果的です。

h3:チャットタイプ

チャットタイプは、Webサイト上でリアルタイムにコミュニケーションを行い、訪問者の疑問や要望に即座に対応するWeb接客ツールです。

例えば、24時間対応のチャットボット機能により、営業時間外でも訪問者の質問に自動で回答できます。これにより、訪問者の不安を解消し、購買意欲を高めることが可能です。

ユーザーからの質問に直接答えたい場合や、購入・申し込みプロセスをサポートしながら疑問を解消し、商談開始をスムーズにしたい場合に適しています。

h2:Web接客ツールを導入するメリット



Web接客ツールを導入するメリットは、大きく分けて4つあります。

- 新規リードの獲得につながる
- Webサイトの離脱率改善につながる
- CVRの向上を図れる
- フィードバックを改善に活かせる

メリットを知ることによって自社への導入イメージを持てるようになるので、参考にしてみてください。

h3:新規リードの獲得につながる

Web接客ツールは、以下のような形でリードの獲得をサポートします。

- 訪問者の行動をリアルタイムで可視化:どのページを見ているか、何に興味があるかを把握する
- チャットや音声通話による即時対応:疑問点や課題を抱える訪問者へ素早くアプローチする
- パーソナライズされた情報の提供:訪問者の属性や行動履歴に合わせた資料ダウンロードやセミナー案内を提示する

このように、訪問者の興味や関心を逃さず、商談化率の高いリードを効率的に獲得できる可能性が高まります。

h3:Webサイトの離脱率改善につながる

Web接客ツールを活用することで、Webサイトの離脱率改善を図ることが可能です。

- 訪問者の動きをリアルタイムで追跡:ユーザーが迷っている、あるいは離脱しそうな兆候を察知する
- 即座に疑問解決や案内を提供:サイトを離れる前に、チャットボットでFAQを案内したり、有人チャットで質問に答えたりする
- 適切なタイミングでの情報提供:ページ閲覧時間に応じて、関連コンテンツや特典をポップアップで提示する

Web接客ツールを使えば、訪問者が必要な情報をスムーズに取得し、疑問もその場で解決できるような仕組みを作ることができます。これにより、滞在時間の延長も見込めます。

h3:CVRの向上を図れる

Web接客ツールによるさまざまな施策は、訪問者の購買意欲を引き出し、CVRの向上を期待できます。

- 訪問者のニーズに即した対応:興味のある製品ページの閲覧中に、より詳しい資料ダウンロードを促す
- カスタマイズされたオファーの提供:カートに商品を入れたまま迷っているユーザーに、限定クーポンを表示して購入を後押しする
- 購入プロセスでのサポート:フォーム入力中に、チャットでリアルタイムにサポートを行う

このように、Web接客ツールを活用して訪問者の興味を引き、購入や問い合わせにつながる導線を円滑にすることが重要です。

h3:フィードバックを改善に活かせる

Web接客ツールは、顧客からのフィードバック収集と活用にも役立ちます。

- 訪問者の行動データを分析: どのページでユーザーが閲覧したか、どのコンテンツに関心が高いかなどを把握する
- リアルタイムでのフィードバック収集: サイト内アンケートやチャットを通じて、ユーザーの生の声を集める
- NPS(ネットプロモータースコア)調査: 顧客ロイヤルティを測り、改善点を見つける

得られた行動データやフィードバックを活用することで、Webサイトの改善やマーケティング戦略の調整を効果的に進めることができます。

これらは、長期的な顧客満足度の向上とビジネスの成長を支える重要な要素となるでしょう。

h2:Web接客ツールを選ぶときの比較ポイント



以下のポイントを比較することで、自社に最適なWeb接客ツールを選ぶことが可能です。

- 自社の目的・解決したい課題に合っているか
- 誰にとっても使いやすいか
- 必要な機能が搭載されているか
- 既存のシステムと連携できるか
- コストと費用対効果が見合っているか
- 十分なセキュリティ機能が備わっているか

それぞれの観点について詳しく見ていきましょう。

h3:自社の目的・解決したい課題に合っているか

どのツールを選ぶかは、何を達成したいのかによって変わります。「CVRを上げたい」「離脱率を下げたい」などの目的や解決したい課題に合わせて、それを実現するための機能が備わっているかをチェックすることが重要です。

目的にマッチしていないツールを選ぶと導入効果を得にくくなるおそれがあるため、まずは自社の課題を整理し、目的を明確化しましょう。

h3:誰にとっても使いやすいか

Web接客ツールの導入後、現場で無理なく使いこなせるかも重要です。直感的に操作できる画面設計か、ITに不慣れなメンバーでも扱えるか、サポート情報が十分に用意されているかなど、日常の運用を想定して確認しましょう。

従業員にとって操作性が高いツールは、社内への定着をスムーズに促すことが可能です。

h3:必要な機能が搭載されているか

Web接客においてどのような施策を打つかによっても、必要な機能は変わります。ポップアップでの離脱防止や、チャットでのCVR改善を考えているのであれば、それらに対応できる機能が必要です。

また、施策の効果を検証するためにA/Bテスト機能が備わっているかも確認すると、Web接客施策のPDCAを回しやすくなります。

h3:既存のシステムと連携できるか

Web接客ツール単体ではなく、CRMやMAツールなど他のシステムと連携できるかも検討が必要となります。Web接客で得たデータを活かすには、社内の他の仕組みとスムーズに連動できることが求められるためです。

既存のシステムと連携性が高いツールを導入できれば、Web接客の施策のみならずマーケティングや営業の精度も引き上げられるでしょう。

h3:コストと費用対効果が見合っているか

Web接客でツールを導入する場合は、価格だけで判断せず、期待できる成果とコストのバランスを見定めることが大切です。新規リードの獲得やCVRの向上など、どのような成果が見込めるかを具体的に想定し、コストに見合う効果が得られるかを見極めましょう。

事前に目標とのギャップを把握しておくことで、短期的なコストではなく、中長期的な投資として正しく評価できます。

h3:十分なセキュリティ機能が備わっているか

Web接客では、少なからず顧客情報を扱う以上、セキュリティ対策が欠かせません。暗号化やアクセス制御、プライバシーポリシーへの準拠など、安心して運用できるツールかどうかを確認しましょう。

十分なセキュリティ機能が備わっておらず顧客情報が流出したとなれば、顧客との信頼関係に関わります。トラブルを避けるためにも、施策に必要な機能と合わせてセキュリティ機能を丁寧に確認しましょう。

h2:Web接客ツールのおすすめ4選



ここでは、Web接客ツールの中から、特におすすめのサービスを4つ紹介します。

- KARTE
- ChatPlus
- Zendesk
- OPTIMO

それぞれの特徴を詳しく見ていきましょう。

h3:KARTE

[KARTE](#)は、顧客の行動をリアルタイムで分析し、一人ひとりにパーソナライズされた接客体験を提供するWeb接客プラットフォームです。

訪問者の行動データをもとに、Webサイト上だけでなく、アプリやメールなど複数のチャネルで最適なメッセージやコンテンツを出し分け可能。個々のニーズに応じた対応ができます。

これにより、顧客とのエンゲージメントを深め、より良い顧客体験を実現できます。

h3:ChatPlus

[ChatPlus](#)は、Webサイトに簡単に導入できるチャットツールで、企業のカスタマーサポートを強化します。

自動応答機能(チャットボット)を活用することで、顧客からの問い合わせに迅速かつ効率的に対応し、24時間365日のサポートを実現することが可能です。多言語対応もしているため、グローバルな顧客基盤を持つ企業にも適しています。

チャットログの分析を通じて、顧客のニーズを把握し、サービスの改善提案にもつなげられる優れたツールです。

h3:Zendesk

[Zendesk](#)は、クラウドベースのカスタマーサービスプラットフォームで、Web接客を含む多様なサポートチャネルを統合・管理できます。

問い合わせを「チケット」として一元管理し、チャット・メール・電話・SNSなど複数のチャネルでの対応をスムーズに行うことが可能。企業のニーズに応じた柔軟なカスタマイズや、他ツールとの連携にも対応しています。

世界中の企業が利用するZendeskは、顧客対応の品質向上と業務効率化を同時に実現できる、信頼性の高いサービスです。

h3:OPTEMO

[OPTEMO](#)(オブテモ)は、WEBサイトへ訪問した顧客が見ている画面を確認しながら、その場でチャットや音声通話を行って”商談化率の高いリード”を獲得するツールです。

温度感の高い訪問者を自動抽出する機能により、問い合わせを待たずに、こちらから能動的なアプローチが可能。新規リードの獲得や商談化を促進します。

さらに、SalesforceやHubSpotなどのSFA・MAツールと連携させることで、訪問者の行動履歴や趣味・思考にもとづくアプローチも行えます。

訪問者との対話を深め、セールス活動の質を高めたい企業にとって、OPTEMOは非常に強力な選択肢といえるでしょう。

詳しくは、機能や導入事例などを紹介している以下の資料をご覧ください。

[資料のご請求](#)

h2:Web接客ツールの導入事例



ここまで紹介したWeb接客ツールは、さまざまな企業で導入され、具体的な成果につながっています。なかでも、訪問者の行動をリアルタイムで把握し、タイミングよくアプローチできる点で高く評価されているのが[OPTEMO](#)です。

ここでは、OPTEMOを導入してWeb接客に取り組み、成果につなげた企業の事例をご紹介します。

株式会社デルタマーケティング様は、BtoB企業向けにマーケティング支援を提供している企業です。同社では、Webサイトの訪問者データをリアルタイムで把握し、潜在顧客を効率よく商談へとつなげたいという課題を抱えていました。

この課題を解決するために導入したのがOPTEMOです。訪問者の行動履歴をリアルタイムで可視化し、関心度の高いユーザーを自動で抽出する機能を活用することで、見込み顧客へのアプローチのタイミングと質を大幅に向上させました。

その結果、Webサイト経由での商談化率が平均で2.4倍に向上。なかでも、特定のWebページではコンバージョン率(CVR)が7.8倍に跳ね上がるという、顕著な成果が得られました。この成功事例は、Web接客ツールによって訪問者のニーズに合ったアプローチを最適なタイミングで行えた証拠と言えるでしょう。

このように、Web接客ツールは具体的な成果を生み出し、ビジネスの成長をしっかりと後押ししてくれます。

関連記事: [お客様のニーズに合わせた接客方法で叶える「採用したい時の拠り所」](#)

h2:まとめ:Web接客ツールを活用して自社の課題を解決しよう



Web接客ツールは、Webサイト訪問者をリード化し、最終的に顧客へと転換させるための強力な手段です。ツールを活用することで、効率的かつ効果的にWeb接客施策を展開できます。

中でも、OPTEMOは、Webサイト訪問者の行動データをもとに有望な見込み顧客をリアルタイムで特定し、チャットや音声通話によって直接アプローチできるのが特長です。これにより、商談化率の向上や新規リードの獲得といった具体的な成果を期待できます。

Web接客による課題解決を目指す企業にとって、OPTEMOの導入は有力な選択肢の一つとなるでしょう。詳しくは、機能や導入事例などを紹介している以下の資料をご覧ください。

[資料のご請求](#)

ID		テスト	類似度判定 類似度 \$29-\$32	一対一判定 一対一率 \$29-\$32	一対多判定 一対多率 \$29-\$32	操作
30335043		Web接客とは？導入メリットやツールの比較ポイントを解説Web接客は、オンラインビジネスで顧客とのコミュニケーションを強化し、売上の向上や離脱率改善を狙うために重要な手法です。しかし、どのように導入...	良好 2%	良好 87%	良好 29%	詳細表示 ツール