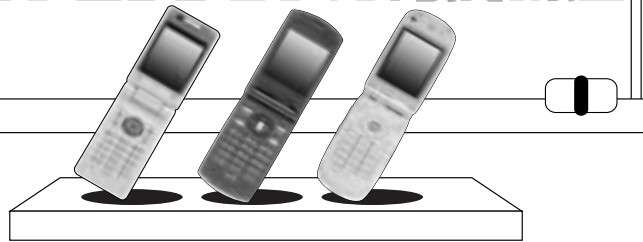


携帯電話を「通販ツール」に 進化させる プロフェッショナル育成講座



 **ビジネス感度UPで受講のこと**

連載 ◆ 16時間目

外部連携による 集客①

皆さんこんにちは、飯野です。今回から、読者の皆さんの現在のご商売の環境を想定して、店舗やチラシ、カタログなど外部リアル媒体と携帯の連携による集客について取り上げていきます。「携帯上での商売なんて、まだまだ先」と思われている企業も、携帯上での物販は避けられない業務となってきています。キャリア公式サイトに入っていない企業でも他デバイス（店舗やチラシ、カタログ等）を持っていれば、携帯を使っているいろいろな仕掛けができるはずですよ。

① まずは携帯サイトを作ろう！

携帯サイトを持っていない企業は、是非、今すぐ携帯サイトを作ってみてください。

ある調査によると、企業の携帯サイト制作率はまだ1割にも満たないとのこと。よく新聞を賑わしている携帯物販企業は特例に見えてしましますが、皆さんの会社でも携帯サイトで物を売ってみたら、意外に売れるということが分かります。それもPC上での物販よりレスポンスが数倍早いことに驚かれることでしょう。

携帯サイトを開設していない企業は、近所の学生やHP制作代行会社に頼めば、1万円～数万円で簡単な携帯サイトを作ってくれるはずですよ。

そこでまず必要なのは、「TOP」「メールマガジン登録」「登録ありがとう」、この3ページ。そして3キャリア対応することも忘れずに。最低限、それなりのレベルの物販サイトを作りたい企業は、現在の公式サイト上のショッピングサイトを参考にして、デザインを決めたらよろしいかと思います。

その他、必要な項目は主に、購入メニュー（写真必須）、おすすめ、メルマガ、決済、問い合わせ等です。「PCとの連動」「店舗との連動」など最初からハードルを高め過ぎず、まずは目の前の商品を並べてみるころから始めてみたらいいでしょう。

ただし、商品はできるだけお客様の興味をそそるものがないですね（例えば、売上ベスト10の商材、50%割引の商材、限定毎日10個等の限定品、アウトレット商品等）。場合によっては1商品だけでも構いません。まずは売ってみてください。

② 紙媒体（チラシ・カタログ・DM等）はQR必須！

現在の商売で紙媒体を使っているところは、今すぐQRコードを付けてください。また、既に公式サイトになっている企業で、QRを入れないで媒体を作っていたところは、すぐに次号でQRの案内が必要です。そこでは、公式の入り口カテゴリ案内を大きく掲載するようにしてください（キャリアメニューをたどって、せっかく来店しようとしているお客様を、みすみす逃していることになります）。

さて、私がなぜ、こうも「QR」と騒ぐかということ、公式サイトになっていないサイトのお客様はURLをわざわざ手で入力するしかないからです。この入力の手間は相当面倒なものなのです。

ただし、最近の携帯電話では、ほぼ9割がQRに対応していて、お客様のQR認知度も非常に高まっています。だとすると、あとは企業側がそれを使わない手はないですね。今すぐ始めてみてください。

店舗を持っている企業も、レジの横にチラシを置いたり、お客様の商品購入袋の中に入れてたりして、なるべくお客様に携帯サイトを認知させてみると、より効果が大きいと思います。

③ メールアドレスの獲得に全力を！

「携帯ビジネス＝メルアド獲得ビジネス」と言われるほど、メルアドの獲得が重要と言えます。お客様のメルアドを獲得した企業は、もうそれだけで「購買予備軍」を確保したのも同然だからです。

通販事業において、お客様の個人情報の入手は非常に重要です。携帯でも同様ですので、特にメールアドレスの獲得に、企業は全力で取り組んでください。

皆さん自身もそうだと思いますが、PCと携帯を比べると、アドレスの重要度は携帯の方が格段に上なはずですよ。というのも、よほどのメリットや信頼性がないと自分の携帯アドレスを人に教えたり、企業に登録しませんよね。携帯はそれだ

け肌身離さず持っている「自分の分身」だからです。サイトの一部分といった方が、最近の流行かもしれません。

つまり、お客様がメールアドレスを登録してくれるということは、それだけ心を開いてくれている証拠なのです。もっと分かりやすく言うなら、企業は、「いい商品や情報が入ったらすぐに私に教えてね!」とされているわけです。

そんな期待を、皆さんは一度でも裏切ってははいけません。まずメールを登録してもらったことに感謝してそれを表記(返信)してあげてください。そして、今後いい商品や情報が入ったらすぐに案内することを約束(表記)してください。定期的なメルマガとして配信するという約束でも結構です。

その際も、テキスト文だけの配信か、HTML配信希望なのかをしっかりと確認してください。まだまだパケット定額制に入っていない人が多いため、メールを受け取って毎回数円~数十円のパケット代を払わされることは苦痛以外のなものでもありませんから。それと、配信時間のケアも忘れずに。朝や夜遅くはとても嫌われ、即退会につながってしまいます。

メリットあるメールの内容を

配信するメールの内容は、とにかく「お得な情報」に尽きます。いかにお客様にとってメリットがある情報なのかを常に心がけて、文章を作ってみてください。

ネット上のコミュニケーションにおいて、携帯では特に「体温」が必要と言われています。なるべく人間が道端で話しているような文章にしてみてください。お客様からすると友人や近くの商店街のおじさんから声がかかるようなイメージで、より親近感をもって接してください。表記すると一見、だらしないように見えると思いますが、気にせず書くことをお勧めします。

現在かしまった文章で堅苦しい内容を配信している企業は、すぐやめることをお勧めします。お客様にはもっと感情的に訴えることが重要。親近感の感じられる文章すると、退会率の低下が分かるはずですよ。

また、購入顧客への決済完了の「御礼ページ」のほかに、配送業者や配送時間の決定後に「配送確認と御礼」や、配送日の夜に「無事に届きましたか?不備があればご連絡ください…」などは行っているでしょうか?商品お届け後1週間目に「ご購入いただいた商品の使用感やお味はいかがでしたか?」などのアフターケアメールも非常に有効ですので、ご一考されてはいかがでしょうか。

④ サイト内容の注意点

まずは携帯サイトを作ろうとしている企業へ、いくつかアドバイスさせていただきます。

「写真を使う」・・・表現力を高めるのに効果的。よく、テキスト文だけのサイトを見つめますが、TOP画面も含め最近の物販サイトは商品写真の掲載が当たり前になりつつあります。

PCやカタログの写真の流用でも結構です。商品写真だけでなく、店舗の風景写真や店長の顔写真、スタッフメンバーの集合写真など、いろいろ使うと効果的です。

最近では3キャリアに自動掲載するソフトも売っていますので、活用されてはいかがでしょうか。写真を効果的に使うと購買率が高くなるのが分かっています。

「ユーザーの声」を入れる・・・よくアマゾンなどでやっている手法で、購入者のコメントをそのまま掲載します。よりリアリティーがあり、信用力が高まります。携帯の画面は小さいので、PCと異なり、購入商品の情報が限られます。購入するかしないかの瞬間は、以前買ったお客様の声が最後一押ししてくれる場合があるのです。しかしこのサービスは、サイト掲載前にスタッフによってチェック(文言確認)をしないと、リスクがある点も頭に入れておいた方がいいでしょう。

「お友達紹介」を入れる・・・女性がターゲットになる物販企業は特に重要です。友人からの紹介でメールアドレス数が倍になる可能性があります。その理由は、説明するまでもなく、くちコミ力、です。

この機能は時間制限(「本日夜9時まで限定**個」「今週金曜12時まで期間限定!」)などで区切ると、より紹介度が上がる可能性があります。特にお友達を紹介したら何か特典を付けることも忘れないようにしてください。

以上、いかがでしょうか?少し細かくなりましたが、まずは現在のリソースで携帯サイトを制作、運営してみてください。

飯野勝弘プロフィール



日本IBM株にて法人営業後、大手食品通販の世界へ飛び込む。その後株MTI(ジャスタック上場企業)の執行役員モバイルコンテンツ事業部長として、公式コンテンツ200以上の立ち上げを経験。現在、独立して(有)モバイルコマース設立。数社のIT企業役員兼務。
URL: <http://www.mobileshop.co.jp>
公式化のサポートサービス、公式サイトのコンサルティングなど、幅広く活動中。
連絡先(email):
iino@mobileshop.co.jp