

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



ビジネス感度で受講のこと

連載◆114時間目

スマホEC改善のための ちょっとしたコツ

こんにちは飯野です。今日は「スマホEC改善のためのちょっとしたコツ」を数回に分けてお伝えしていきたいと思います。PCとは異なるスマホならではのコツ。すべては伝えきれませんが、いくつか大事なことをピックアップしてお伝えしますね。
今回は<原則編>です。
ちょっと頭の隅において、日々の改善に生かしてみてください。

(図1)



<原則3>「押し間違いが起こる前提でサイトを作る！」

貴方が思っている以上に「押し間違い」が多いです。

(下図2)

スマホはいきなり指でタッチする機械だからです。ガラケーでは親指操作で「ボタンやリンク」を移動でき、ボタンの色や形も変わり「押す場所」だということが理解できました。PCはマウスをボタンの上にもってくると「↑がポインタに変化」して、「クリックする場所」だということがわかりました。

スマホは違います、「押す=タップする」場所は、目でみて判断するしかなく、いきなり画面を触るともう押したことになるのです。ちょっと画面を触ったらぜんぜん違う画面が出てきてしまった(泣)。という経験は皆さんもあることでしょう。サイト内で3回押し間違えたらもうそのサイトからは離れます。(離脱)

これをなるべく回避させることは、「ボタンをなるべく大きく作る」「ボタンだとわかるアイコンをつける」この2つが王道です。

(図2)



<原則1>「スマホのお客様はPCの5歳~10歳若いお客様である！」

皆さんのECサイトでも年齢属性をPCとスマホで比べてみてください。年齢が10歳異なると、生活スタイルもまったく異なりますよね。TOP画面の写真や、商品訴求、キャッチコピーなどもその年齢ターゲットにあった表現が求められます。

将来的には、PCもスマホもタブレットも等しい年齢構成比になると思います。それまでの数年は、年齢差があります。

<原則2>「最初に見る画面時間はPC 3秒、スマホ 1秒が勝負！」

よく言われる言葉ですね。PCサイトとスマホサイトとでは、画面の大きさが違うため、目に飛び込んでくる情報量も違います。小さいスマホはPCの三分の一の時間で、「サイトへの興味」が決まります。その時間はたった1秒程度。

TOP直帰率が高いサイトはファーストビューを是非改善してください。パッと見たときに「何が出来るサイトなのか？」すぐに理解させる必要があります。フリックさせて画面の下方の情報にも興味をもってもらうことも必要です。そしてまずは1タップ(一押し)してもらわなければお店の中に入店していないことになります。はじめて訪問されるお客様の為に、徹底的に訴求力を高めましょう。(下図1)

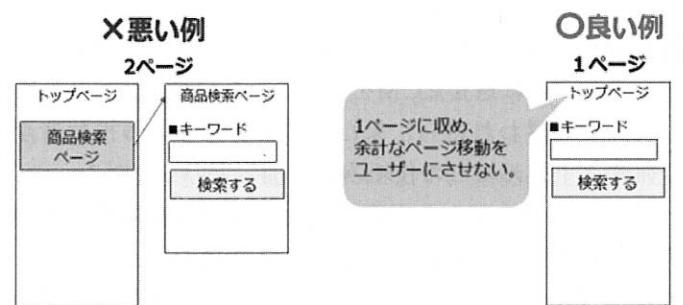
<原則4>「(タップ数)(ページ数)は徹底的に短くする！」

(下図3)のとおり、2ページを1ページにまとめることができないか、一度自社サイトをチェックしてみてください。1ページ削減できると最低でも10%のお客が増えます。

ページを戻さず、同じページ内(場所)で再行動してもらうことも考えてみてください。

「検索」したあと「表示件数ゼロ」だった場合、再度「検索ページ」でやり直してください。となっているサイトをよく見かけます。これなどはまさに改善していただきたいです。

(図3)

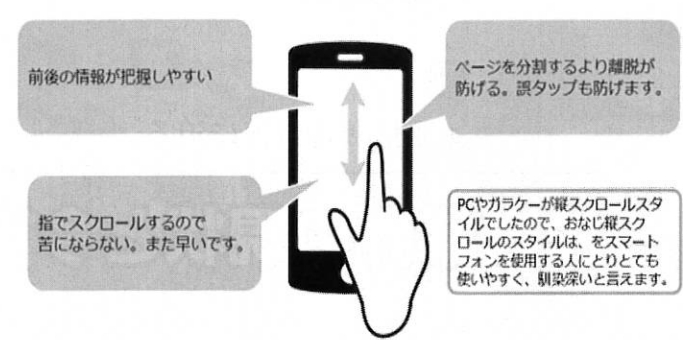


<原則5>「TOPページは長いほうがいい！」

ページは長いほうがいいのか？ 短いほうがいいのか？ これは私がいつも聞かれる質問の1つです。(下図4)答えは「長く」です。スマホはPCやガラケーと異なり、指で画面をスクロールすることができます。そのスクロールのスピードは驚くべき速さです。PCとガラケーのスクロールスピード以上に早いことがわかります。(みなさんもやってみてください。)

またPCもガラケーも、下方に情報が置いてあるというスタイルに我々は慣れ親しんできました。よってある程度下方への遷移は、ユーザー心理にとってなんの問題もありません。むしろスマホ特有のデザインで、スマホ画面の横に情報を置いて、横スライドで情報を見られるように表現しているサイトも多いのですが、横になればなるほど閲覧率は低いことが多いです。また、ページをわざわざ分割して半分を次のページに置いてしまったり、かわいいアイコンを作り押させて次のページで詳細情報をだしたり、みなさんお店側の理論で設計されていることが多いのも残念です。お客様はなるべくページをまたがず、押さず、1ページ内で処理できるほうを望んでいます。結果そのようなサイトは使いやすい、情報閲覧しやすいサイトだということを忘れないようにしましょう。

(図4)



<原則6>「スマホは電話機！」

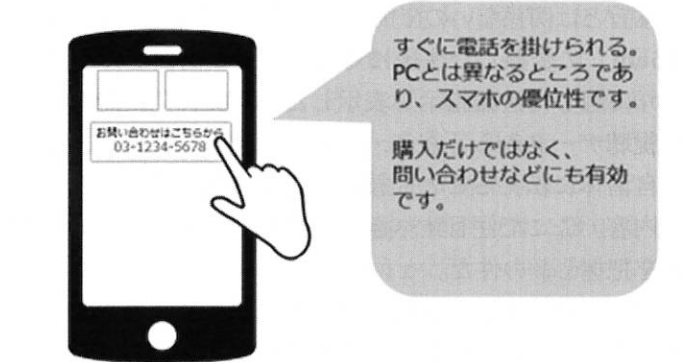
当たり前ですが、スマホは電話がかけられます。(下図5) EC規模や業務運営コストにもよりますが、電話をかけていただく売上とあがり、利益もできるのであれば、是非考えていただきたい手法です。

そうでなくても、全国どこのEC企業も、お客様のネット上での入力の手煩わしさに日々解決策を模索しています。お客様からすれば、お店で買っても、ネットで買っても、はがきで買っても、電話で買ってもいいわけです。

これからますますシニア人口が増えていく中、スマホ画面の見づらさ(老眼など)、押し間違いなどを軽減する策として直接電話をかけていただき、人間が対応する「顧客サービス」は増えていくと思います。

今後、スマホEC事業にとって、1つの大きな役割を担うと私は思います。

(図5)



飯野勝弘プロフィール



日本IBMにて法人営業後、大手通販会社の通販部門責任者を経て、株式会社(ジャスコ)上場企業) 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350サイト以上の立ち上げ経験。現在株式会社コムス代表取締役として、全国の通販企業の携帯サイトコンサルティング業務を行う。主業務に携帯サイトの設計企画、3キャリアへの公式承認代行(完全成功報酬制)、サイト開発、運営、売上UPコンサルティング等 幅広く活動中。最近では、スマホECコンサルティングの相談を数多く受託。スマホサイト設計のコツを伝えるセミナーを日々開催している。

連絡先: 東京都世田谷区用賀2-36-15ヴィラアートビル 4階
電話 03-3700-5259
E-MAIL: iino_k@mobilecommerce.co.jp
会社HP: http://www.mobilecommerce.co.jp