

Repro

Web Success Story



目次

- 1 EC
- 2 動画サービス
- 3 交通・旅行
- 4 その他の業界

1 EC

データに基づく初回購入・継続購入の促進

EC で売上を伸ばすには、まず 1 度購入してもらい、その後でまとめ買いや継続購入の機会を提供することが重要です。

しかし、ユーザーによってニーズや利用機会が異なるため、一律の施策で購入を促すことは容易ではありません。

『Repro Web』は、ユーザー行動データに合わせて配信するメッセージを簡単に出し分けできるため、ユーザーに合わせた購入導線の設計を行い、初回・継続購入を促進することが可能です。

スピーディーな施策時実施で前年比でLPの直帰率が10ポイントも改善、CVR（カートへの商品追加数）も 123%改善

coen coen
株式会社コーエン

2008年から幅広い年齢層に愛される衣料品を提供している『coen』。「～気軽におしゃれを楽しもう～」をブランドコンセプトに、アメリカ西海岸をイメージソースにリラックスしたカジュアルアイテムをリーズナブルな価格で提供している。ブランド立ち上げの当初から店舗とECの共存を目指している。

課題

オンラインとオフラインのオムニチャネルでUXの最大化を目指して、web接客ツールの導入を検討

『Repro』導入前はユーザーにサイトの機能を上手く活用してもらえていないという課題がありました。例えばECサイト上でのお気に入り登録機能が活用されておらず、他社ECプラットフォーム上ではお気に入り登録が多い商品でも自社ECサイトでは全然お気に入り登録がされていないという状況が散見されました。



スピーディーな施策時実施で前年比でLPの直帰率が10ポイントも改善、CVR（カートへの商品追加数）も123%改善

施策 簡単な操作でリアルタイムに施策を実施

ECの中でも特に『coen』は平均して1商品1カ月に売り切るというタイムスパンで動いています。『Repro』や『Repro Web』のUI/UXは分かりやすいだけでなく、「この商品のバナーを出したい！」と思ったときに技術面に関係なくリアルタイムに施策を実施することができます。また、個々のページ別に施策を打てるため、サイトの構造的な問題の解決にもつながりました。

成果 前年比でLPの直帰率が10ポイントも改善、CVR（カートへの商品追加数）も123%改善!

特集ページなどにランディングした後のサイト回遊導線が見つかりづらく直帰率が高いというユーザーテストでわかったため、「トップページへ戻る」というポップアップを出したところ、直帰率が10%改善しました。他にも、『Repro』サポートチームの提案した「5000円以上で送料無料」のポップアップを配信した結果、CV数（カートへの商品追加数）が123%改善しました。



「これからも Repro さんがこれまで多くの企業様の支援している中で効果が出ているベースシナリオは全て実施してみたいなとも思ってます。笑 将来的には、データ基盤を整えて、EC サイトを実店舗のように長時間いても楽しめるような UX を提供していきたいと考えています。」 株式会社コーエン販売戦略部 高橋様

2 動画サービス

ユーザの興味関心に合わせたコンテンツをプッシュ通知で配信

動画サービスでは、提供する動画の種類によりユーザーがアプリを利用するタイミングは異なります。一般に、短い動画コンテンツは平日のスキマ時間に見る人が多い一方、長い動画コンテンツは週末に見る人が多い傾向が強いです。『Repro Web』を利用することで、ユーザーの行動データをもとに適切なタイミングでコミュニケーションをとれるようになり、継続利用を促進することができます。

A/B テスト CTA 最適化の結果、初週でCVRが200%改善



2019年1月現在、国内最大級となる22万本以上の動画コンテンツを提供している都度課金型のビデオオンデマンドサービス。設立から15期を迎え、メジャー版元やキー局とも提携し、自他ともに認める日本最大級のビデオオンデマンドサービスを提供している。

課題 流入したユーザーに対するアプローチの最適化とCVR改善

『ビデオマーケット』はもともとCVR改善に課題を感じていました。もともと集客に力を入れており、広告出稿はもちろんのことSEO対策を本格的に進めていました。ユーザーの行動導線として「見たいタイトルを検索する」がメインにあり、これらの施策のおかげで作品指名型のサイト流入は増えてきています。しかし、そこから実際に課金してもらえていたかという点、そうではなかったのが実情でした。



A/B テスト CTA 最適化の結果、初週でCVRが200%改善

施策

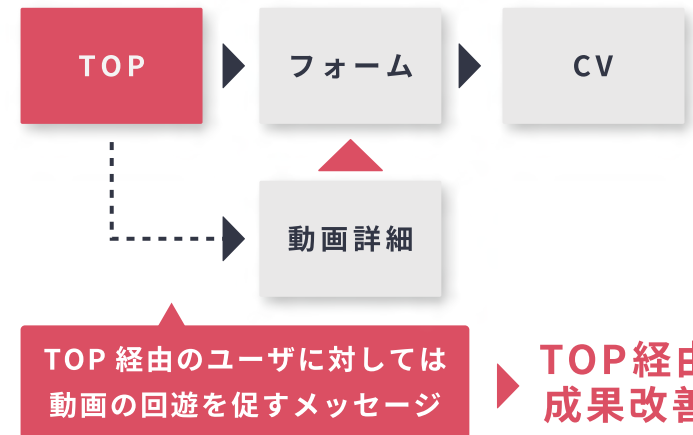
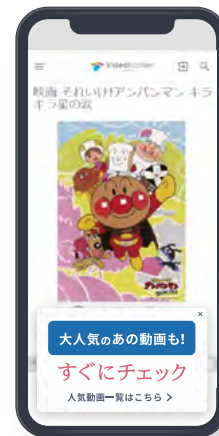
『Repro Web』 A/B テストでボリュームゾーンである流入ページにおける CTA 最適化

もともとトップページの改善には注力していたのですが、実は分析をしていくと、実際に流入ボリュームが大きかったのは個別コンテンツからの流入でした。そのため、ユーザーの流入元に応じて、それぞれに最適化されたメッセージを配信するようにしました。

成果

最初の1週間でCVRが200%改善

上記の「ボリュームゾーンである流入ページにおける CTA 最適化」という施策と「利用更新日が迫ってるユーザーに継続促進のメッセージを出す」施策を行ったところ、最初の1週間で無料会員のCVRが200%改善しました。同時に有料登録者のCVRも137%に増加しました。



「改善しようと取り組んでいたページのCVRが、施策実施1週間で2倍にまで改善しています。これは予想以上でしたし、正しくシナリオ設計して、仮説検証すると短期間でも改善するんだなと改めて実感しましたね。」

—株式会社ビデオマーケット 宮岡様

3 交通・旅行

ユーザーの「求めている旅」を先読みし、 カスタマージャーニーの設計を行う

交通・旅行系の web サイトの場合、旅行先が決まっていたとしても、日程や条件が合わないと成約には至りません。

購入を確定するまで、ユーザーはサイトを様々に回遊することが多いのです。

しかし、最も良い条件を探そうとするあまり、「比較疲れ」を起こし、離脱してしまうケースも多々あります。

それを防ぐために、一人ひとりがスムーズに最適な商品を見つけられるよう、「おもてなし」をする必要があるのです。

webサイトが導入直後の初速でCVRが約10倍に改善



高速バスドットコム
株式会社ホワイト・ベアーファミリー

高速バス専門のポータルサイトである『高速バスドットコム』を運営する株式会社ホワイト・ベアーファミリー。2007年のサービスリリースから12年で、全国約140社のバス会社と提携し、常に約5,000件のバス運行情報を掲載しておりそんな業界内でも屈指の掲載数を誇る。

課題 他サービスを利用していたが活用が進んでいなかった

『高速バスドットコム』は「アプリでプッシュ通知を打ちたい」と考え『Repro』導入を検討しました。webに関してはもともと他サービスを利用しポップアップメッセージ配信をしていましたが、思ったように施策を行ったり活用が進んでいなかったため、アプリと同時に『Repro』『Repro Web』を導入するに至りました。



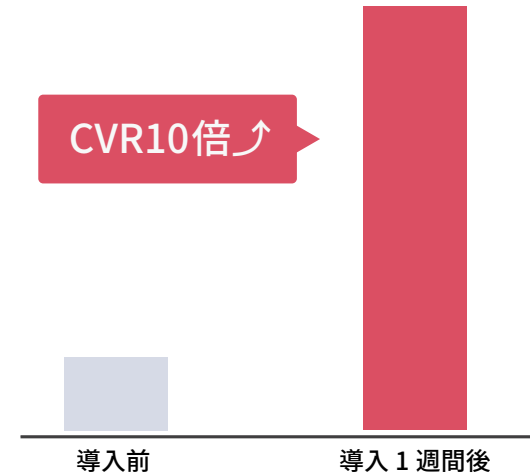
webサイトが導入直後の初速でCVRが約10倍に改善

施策 『repro Web』と『Repro』アプリ版の両方を同時導入

アプリのユーザーは継続率が高い一方で、Web はほとんどが新規ユーザーというのが『Repro』導入前の状況でした。そのため、Web to App にスムーズに移行出来る環境を作ることで、分析の幅が広がったり、出来る施策の幅が広がり、最適なユーザー体験を提供できると考えました。

成果 繁忙期に合わせて施策を実施。
Web サイトは導入直後の初速では CVR が約 10 倍に改善!

一週間で『Repro』の実装・施策実施を行ったところ、「往路の予約ユーザーに対して復路の予約を案内する」という施策は繁忙期のタイミングと一致したこともあり初速でCVRが約10倍改善しました。また、「サイトの中に自社サイトの強みを載せる」という施策では、予約率が約8%改善し、主要導線での数値改善に成功しました。



「例えば予約がずっと0件だったページが、対策を始めて2回目の施策で予約が発生した時は感慨深かったです。笑 ページによって特性が違うので、それぞれで最適化した施策を実施することが大切だなと感じましたね。」

— 『高速バスドットコム』 掛下様

3 その他の業界

どんなサイトでも成功を約束する 安心のカスタマーサポート体制

その他、様々な業界で Repro Web は活用されています。

一般的な web 接客ツールの場合、導入したは良いものの運用リソースの不足により、結局うまく PDCA が回せないという状況に陥りがちです。しかし『Repro』の場合は充実したカスタマーサポート体制により、実装から施策提案、効果のレポートまでを一貫して支援できるため、ノウハウやリソースが限られる中でも成果を出せた事例が数多くあります。

webメッセージ配信でオープンキャンパス申し込みページの流入が2倍に



受験生応援サイト 大阪樟蔭女子大学

開学から今年で70年になる大阪樟蔭女子大学。大阪府内にある女子大学において最も長い歴史と伝統を持っている同校は、全国で唯一の「管理栄養士 合格率6年連続100%」を達成するなど、学生活動を積極的に支援。広報の一貫として運営している『受験生応援サイト』は、受験生をターゲットにより興味を持ってもらいやすいように立ち上げたサイト。

課題 入学定員を確保するために web 活用を検討

近年、大学では入学者の定員割れが課題になっています。少子化による学生の減少の中で”受験生から選ばれる大学”としてほかの大学とどう差別化を図っていくかを考えていく必要がありました。『受験生応援サイト』を立ち上げ、入学から卒業までの学生活動や就職に関する情報を提供出来るようにしたのもそのためでした。



webメッセージ配信でオープンキャンパス申し込みページの流入が2倍に

施策 実績に裏付けされたノウハウを持ったサポートチーム

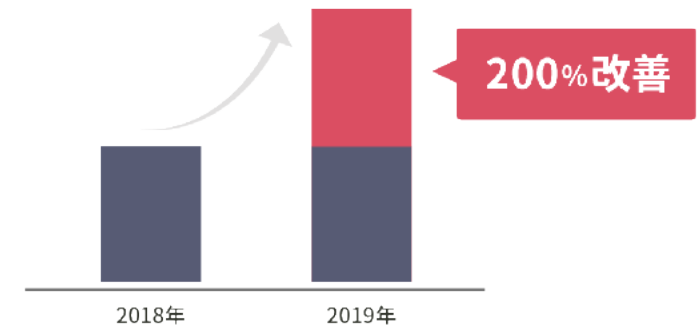
大学関係者の間ではまだまだ紙が主流の文化であり Web に関するノウハウが少なく、他大学がやっている施策とは差分ありませんでした。そこで導入した『Repro Web』のサポート体制は実装のフルサポートや実装から施策実施まで約一週間という速さのみならず、改善策のご提案や Web ノウハウに関する手厚いサポートが特徴です。

成果 オープンキャンパス申し込みページの流入が 200% 増加

効果測定で「オープンキャンパスの参加者が一定数を超えること充足率も 100% になるのではないか」ということは分かったため、web ページを開いた際にオープンキャンパス開催の web メッセージの配信を実施、広報ブログを読した際にもオープンキャンパスの予約を促すメッセージを配信するなど、web サイト全体を細かく見てオープンキャンパス申し込みへの導線設計を行ったことで、オープンキャンパスへの申し込みフォーム繊維数がオープンキャンパス直近の月で 7 月は前年比 150%、8 月は 200% に増加しました。



申し込みフォーム遷移数(昨年対比)



「ツールとしての機能はもちろんのこと、我々ではノウハウもリソースも限られている中、レポーティングや細かい設定まで巻きとってもらえるサポートは魅力でした。大学という特殊な領域において実績があるという企業は少ないのですが、Repro さんの実績を信じて、お任せしよう！と導入に踏み切って良かったなと感じています！」

—入試広報課 松本様

Reproを導入検討の方へ

あなたの課題にあった適切なプランをご提案いたします。
まずは下記フォームより貴社についてお聞かせください。



Reproから自社の課題に合わせた
最適な提案を受ける

その他おすすめ資料

詳しくお知りになりたい方は、
以下のリンクから資料をダウンロードしてください。

これから重要となる
マーケティングの概念
「カスタマーエンゲージメント」
についてご紹介しています！



資料をダウンロードする

repro |



repro.io

Repro

本提案書は、Repro 株式会社の著作権法上の「著作物」と不正競争防止法上の「営業秘密」を含んでおります。本提案書に記載される当法人のアイデア及びコンセプト等は、貴社へ提案中の業務を提供する当法人のスキル・能力等ご評価頂くことを目的に使用されております。よって、貴社以外の第三者への配布はご遠慮頂きますようお願い申し上げます。本提案書で提案させて頂いております業務に係る責任等につきましては、貴社と別途締結させて頂く契約書の諸条項に従います。また、実際の業務受嘱にあたりましては、別途、当法人内での受嘱承認手続を経る必要があり、当該手続における承認が受嘱の前提となる点、あらかじめご了解ください。本提案書は、貴社に関する公開情報等を基に作成されており、当法人は当該情報等の検証業務は実施しておりません。従いまして、当法人は、当該情報に不正確な部分があったとしても、責任は負いませんので、あらかじめご了解ください。また、貴社への提供業務や条件等を変更される場合は、本提案書の内容（報酬の見積も含む）にも変更が生じる可能性があることも、あわせてご理解頂きますようお願い申し上げます。