

デジタル化 + 成長

決済時の コンバージョン率を 最適化

閲覧から購入まで、顧客を獲得する方法



コンバージョン率の最適化とは

顧客をウェブサイトに誘導することは重要ですが、それは戦略のほんの一部にすぎません。オンラインショッピング利用者の5人に4人近くが、決済の前または途中でカートを手放しており、カゴ落ちはオンラインビジネスにとって共通の課題となっています¹。決済のコンバージョン率を最適化することで対策を講じ、単なる閲覧者を購買者へと変えましょう。

今日のデジタル社会では、顧客の高まる要求に応えられることこそが、eコマースの成功には、不可欠です。これは特に決済の場面でより重要です。決済がスムーズで安全でなければ、顧客は離れていってしまいます。実際、世界のeコマースビジネスは、決済プロセスが最適化されていなかったために、過去10年間で推定2,600億ドルの売上を失いました²。

カゴ落ちは、売上に深く関わる問題であるだけでなく、小売業界にとって普遍的な課題です。アジア太平洋地域 (APAC) のカゴ落ち率は、73%と最も高く、次いで米国の72%、欧州・中東・アフリカ (EMEA) の66%となっています³。つまり、地域を問わずカゴ落ちは存在します。

ここで朗報です。顧客のニーズ、行動、決済プロセスでの障壁を深く理解して、微調整を行うことで、コンバージョンを35%も向上させることができます⁴。一般的なeコマースサイトには、決済に関わる要改善点が39個存在します。これらの問題点に微修正を加えるだけで、スムーズな購買体験を実現し、売上を伸ばしましょう⁴。



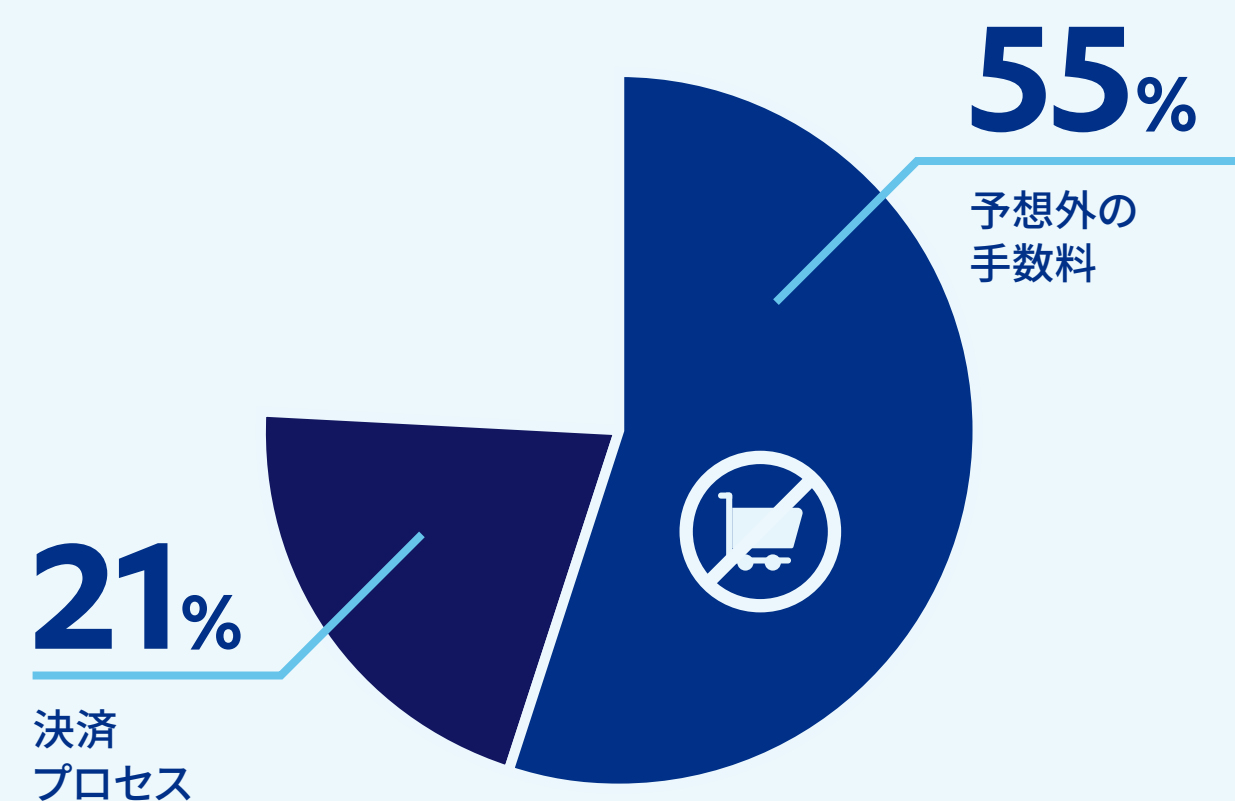
顧客が望むものがすべて揃っていても、**決済がスムーズで安全でなければ、購入に至ることはありません。**

コンバージョン率の最適化が重要な理由

大量のカゴ落ち
eコマースでは、
カゴ落ちにより年間**180億ドル**の
損失が発生しています⁵。



決済時の不満は
カゴ落ちにつながる
55%の顧客が予想外の
手数料を理由に、21%の
顧客が煩雑な決済プロセスを
理由にカートを手放しています⁶。



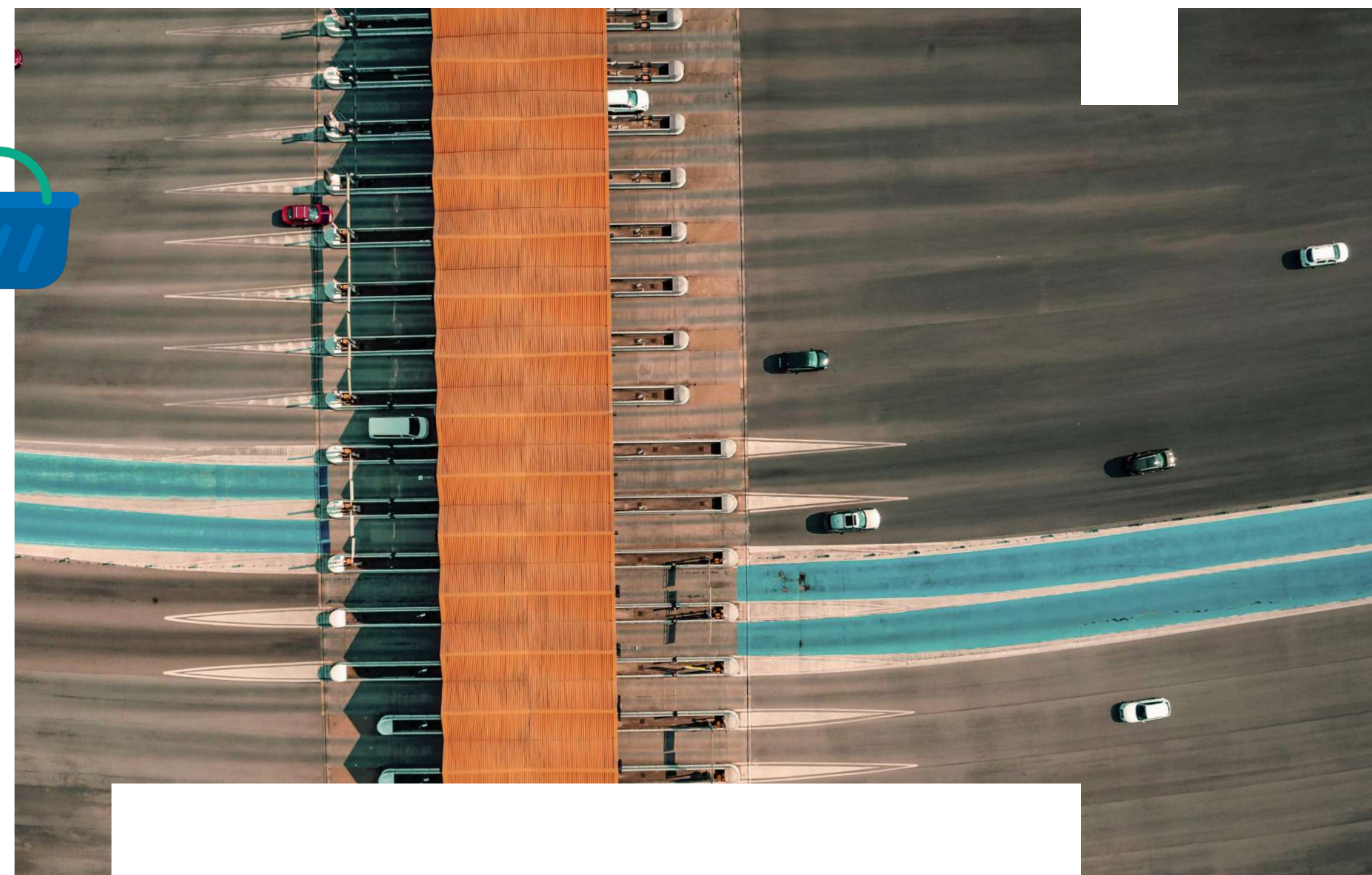
小さな変化で
大幅な売上アップ
決済プロセスを
改善することにより、
コンバージョンが**35%**増加します⁷。



顧客を購入へと導く

カゴ落ちは、売上だけでなく、顧客の損失にもつながります。サイト訪問者の約80%が購入前にカートを手放しており、多くの売上と顧客が失われています⁸。もちろん、このようなカゴ落ちの中には、制御できない理由によるものもありますが、決済時の摩擦は対処可能です。

顧客は些細な理由でカートを手放すように思われるかもしれませんが、ほんの少しの改善で、カスタマージャーニーの重要な局面で大きな違いが生まれます。以前の「デジタル化+成長」レポートで、サイトのUXを最適化するためにできることを説明しましたが、今回は決済を成功に導く方法をご紹介します。



コンバージョンを高めるための5つのヒント

1. 決済時の手間を排除する
2. 顧客が安心して決済を行えるようにする
3. 顧客に透明性を提供する
4. 幅広い決済手段を提供する
5. リターゲティングで顧客を取りこぼさない

1

決済時の手間を排除する

顧客はかつてないほどオンライン体験に慣れてきています。大規模なオンライン市場が決済体験の新常識を確立するにつれ、期待値も高まっています。リピーターを増やすために、決済プロセスではクリック数を減らし、摩擦を少なくすることが重要です。

eコマースが成長し進化を続ける中、顧客は迅速でスムーズな決済を求めており、そうでなければ顧客離れが進んでいくでしょう。クリック数を減らすことでコンバージョン率を最大60%高めることができる一方⁹、煩雑な決済がサイト離脱の原因となるケースは21%に上ります¹⁰。決済体験における不要なステップや障壁を見極めていく必要があります。

登録とアカウント作成を不要に

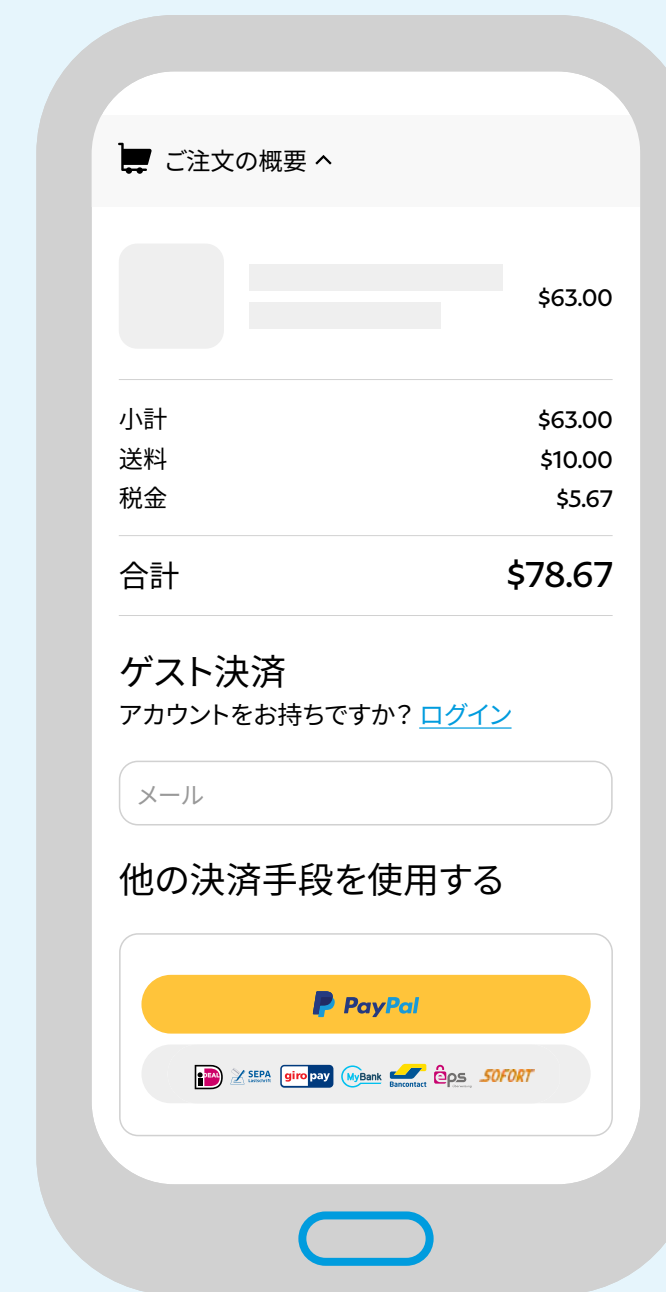
登録やアカウント作成からは有益な情報が得られますが、顧客にこれらを強制することは、摩擦や離脱の主な原因となっています。代わりに、簡易登録やゲスト決済を提供すると、コンバージョン率が最大45%上昇することが示されています¹¹。PayPalは、決済時の障壁を解決する方法を提供しています。PayPalを使えば、顧客はこれらの登録を自動的に省略し、わずか数クリックで決済を完了することができます。

不要な入力項目を省く

不要な入力項目も摩擦の原因になります。リピーターが戻ってくるたびに、請求先住所や配送先住所を毎回入力する必要はありません。また、ソーシャルログインを使用してプロセスを迅速化することもできます。最も簡単な方法は、PayPalでログインすることです。顧客はPayPalの認証情報を使って迅速かつ安全にログインでき、カード情報を何度も入力する必要がありません。

取引の迅速化とクリック数の削減

顧客はオンラインショッピングに利便性を求めており、待たされることを嫌います。PayPal Checkoutとログインで取引を迅速化し、クリック数を減らすことができます。



顧客の期待値がかつてないほど高まっている今、決済プロセスの合理化が急がれます。まずは、取引の迅速化、クリック数の削減、摩擦の排除から始めましょう。

2 顧客が安心して決済を行えるようにする

eコマースにおいて、信頼を失うことは、顧客を失うことを意味します。決済時の顧客情報の機密性とオンライン不正行為の増加が相まって、顧客の意思決定において信頼が重要な役割を果たすようになってきています。

オンライン不正行為が増加している中、4社に1社の売り手がオンライン決済のセキュリティソリューションの導入に苦戦しています¹²。一方、顧客離脱の17%では、信頼性に関する懸念やクレジットカード盗難の不安が原因とされています¹³。顧客が警戒心を抱くのは当然のことですが、簡単な対策で決済時の安心感を高めることができます。

不正防止機能を活用する

ペイパル決済は、すべての取引を継続的に追跡し、フィッシング、なりすましなどの不正行為がないかを監視しています。問題が発生した場合、ペイパルは問題が解決するまで資金を保留にします。ペイパルの不正行為監視により、顧客は安心して取引を行うことができます。

顧客の声を活用する

顧客は企業よりも他の顧客を信頼する傾向があるため、信頼性を高める上で、カスタマーレビューの力を忘れてはいけません。リアルな体験は、客観的で人間的な視点を提供し、一般的なマーケティングよりも重みがあります¹⁴。

信頼できるパートナーに頼る

結局のところ、顧客が求めるのは安心感であり、ペイパル決済はそれを提供することができます。世界で2番目に信頼されているブランドであるペイパルは、毎日1000万件以上の決済を処理する強力なネットワークを有しています¹⁵。また、取引が行われるたびに強化されるセキュリティプラットフォームにより、顧客は安心してショッピングを楽しむことができます。

顧客の不安を取り除く

オンライン注文に不安を感じている顧客には、PayPal買い手保護制度*を提供することで、その不安を解消することができます。適用条件を満たしている取引の購入代金が全額返金されるため、安心して買い物ができます。また、セキュリティ機能をアピールすることで、決済時の不安を和らげることができます。

決済時の信頼性を高めるには：



不正防止機能を活用する

不正防止機能で顧客に安心感を与えます。



レビューを活用する

客観的かつ人間的な視点でビジネスをアピールします。



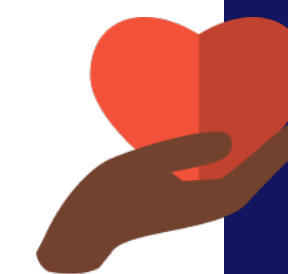
信頼できるパートナーに頼る

知名度が高く信頼できるパートナーと組むことで、顧客に安心感を与えることができます。



顧客の不安を取り除く

PayPal買い手保護制度*を活用したり、ウェブサイトのセキュリティ機能をアピールすることができます。



3 顧客に透明性を提供する

消費者のビジネスに対する要求レベルは高まっており、配送の透明性も例外ではありません。もともと高い期待値に加え、サプライチェーンの制約により、可視性のニーズは高まるばかりです¹⁶。顧客は、購入前に費用と配送スケジュールに関連するすべての情報を求めています。

予想外の手数料や不透明な配送スケジュールは不満につながり、顧客離れの主な原因となっています。85%以上の顧客が、オンラインショッピングを利用する前にこれらの情報を求めており、87%は、配送に関する体験がリピーターになるかどうか直接影响到していると回答しています¹⁶。したがって、カゴ落ちを減らすには、決済時の予想外をなくす必要があります。

料金を明確に記載する

eコマースでは、配送がサイトのカスタマーサービスの要となるため、情報を正しく伝えることが重要です。決済時に、手数料や税金など、注文に関連するすべての費用を表示するようにしましょう。また、現地通貨で表示することで、顧客が自分で換算する手間を省くことができます。

配送についての情報を正しく伝える

また、顧客は購入前に配送スケジュールに関する情報を求めています。配送予定日を提示することで、配送の締め切り時間や、いつまでに注文すれば予定通りに配送されるかを知ることができます。しかし現実的には、必ずスケジュール通りに進むとは限りません。配送の遅れや連絡方法について知らせるカスタマーサービスメッセージで先手を打ちましょう。

返品規定を明確に記載する

eコマースでは、返品規定も重要な情報です。決済時に返品規定を明確に提示することで、顧客がサイトで情報を探し回る必要がなくなり、購入への障壁を取り除くことができます。

85%以上の顧客が、オンラインショッピングを利用する前にこれらの情報を求めており、87%が、配送に関する体験がリピーターになるかどうか直接影响到していると回答しています¹⁶。

4 幅広い決済手段を提供する

今日の顧客は、自分のニーズを完全に満たす体験を求めています。そのニーズのひとつが希望する決済手段です。スムーズな決済手段を提供することで、より多くの顧客を引き付け、コンバージョンを促進することができます。

カゴ落ち率が70%に達している主な理由として、ビジネスが顧客の希望する決済手段を提供できていないことが挙げられます¹⁷。そのため、幅広い決済手段を選択できるようにすることが重要です。

顧客が希望する決済手段を把握する

最適な決済手段を提供するには、ターゲット層について研究する必要があります。年齢層や属性によって好みが異なるため、ターゲットとなる顧客と彼らが求めるものを理解する必要があります。例えば、顧客が主にミレニアル世代であれば、クレジットカードやデビットカード、ペイパル、その他のモバイルベースの決済など、幅広いオプションを好むでしょう¹⁸。

顧客に最適な決済手段を選択

顧客のニーズがわかったら、次は決済手段を検討しましょう。国内外で最もニーズを満たす必要があるのはどの層か、そのためにどのようなオプションを提供できるかを考えてみてください。

- クレジットカード、デビットカード
- ペイパルなどのデジタルウォレット
- 後払い (BNPL)
- 代替決済手段

オプションが多すぎると複雑になりがちですが、シンプルにする方法があります。PayPal Checkoutを使用すると、世界中の200以上の市場から100以上の通貨でクレジットカードとデビットカードを受け入れることができる、シンプルな統合を実現できます。どのような統合を選択しても、PayPal Checkoutは、顧客の関心が最も高い決済手段を柔軟に提供するため、顧客は希望する決済手段を数ステップで利用することができます。これだけで、購入を検討している顧客をコンバージョンへと近づけることができます。お客様がペイパル決済を提供しないなら、提供している競合他社に差をつけられてしまうかもしれません。



顧客の5人に1人は、希望する決済手段が使えない場合、カートを放棄してしまいます¹⁹。

5 リターゲティングで顧客を取りこぼさない

最初の訪問で購入に至らなかった場合でも、次につなげる方法があります。それは、顧客がサイトを去った後も、彼らに働きかけることです。顧客をリターゲティングすることで、再検討と売上をもたらすことができます。

リターゲティングは、ストアに興味を示したり、購入を検討したりしたことがある顧客に対して行われるため、コンバージョンを促進し、顧客ロイヤリティを高めるための強力なツールです。また、コンバージョン率を最大**150%**向上させ、カゴ落ち率を**6.5%**削減し²⁰、オンライン売上を約**20%**増加させることがわかっています²¹。

リターゲティングにメールを活用する

リターゲティングの手法のひとつに、カートに入れたまま放置されている商品について、メールでリマインドする方法があります。このメールの開封率は45%に上り、11%の顧客が購入へと至ります²²。つまり、顧客が購入を完了するための最後のひと押しです。

離脱した顧客を広告でリターゲティング

リターゲティングのもうひとつの効果的な手法は、広告の利用です。サイトに「ピクセル」またはJavaScriptタグを追加することで、購入に至らなかった訪問者を追跡します。その後、顧客がお客様のサイトに関連性のあるキーワードを検索すると、バナーや広告が表示され、彼ら

がサイトを去った後も働きかけ続けることができます。リターゲティング広告は、通常のディスプレイ広告と比較して、コンバージョンにつながる可能性が76%高く、優れたコストパフォーマンスを発揮します²³。

インセンティブを提供する

より単純な方法としては、インセンティブを提供することが挙げられます。次のようなインセンティブを提供することで初期費用をかけずに高確率で購入へとつながることができます。

- 送料無料
- 返品無料
- 割引
- 限定特典



リターゲティングで顧客ロイヤリティを高めるには：



メールの活用

顧客にカートに入れたまま放置された商品についてリマインドします。



広告による販促

リターゲティング広告で、継続的に働きかけます。



インセンティブの提供

インセンティブで購入へと導きます。

ペイパル決済で コンバージョン率を最適化

これ以上のカートが放棄される前にできることがあります。
ペイパルで決済手段の最適化を始めましょう。

PayPal Checkoutは、世界中の何百万もの売り手に利用されており、幅広い決済手段を提供することで、より多くの買い手とつながり、コンバージョンを促進することができます。安全性、セキュリティ、利便性、柔軟性をバランスよく提供することで、決済を最適化し、顧客をリピーターに変えましょう。

[今すぐトライ](#) →

