

ケーススタディ

Flixmedia、販売業者の転換率を 164%に

ヨーロッパ家電販売大手、ビデオを利用してオンラインストアの売上げを促進

課題

Darty は家電販売の大手で、創業の地フランスのみならずヨーロッパ全域に進出している。225 に上る多数の実店舗を有する Darty ではあるが、他の従来型企业同様に、オンラインストアによる販路拡大が急務となりつつある。実際には、1957 年に小売業者として Darty 兄弟がモントルイユで店を構えたのを皮切りに、1996 年には Darty.com を立ち上げたマルチチャンネル・リテーリングの先駆けであり、現在はスペイン、イタリア、トルコに各国固有のオンラインストアを持ち、ヨーロッパ全域で営業している。

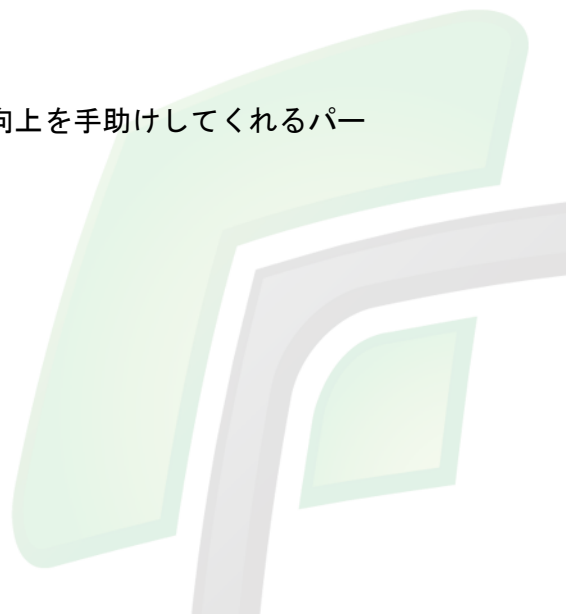


当ブランドは、特にフランス国内では一定の固定客と信頼を得てはいるが、オンラインで激化する競争のプレッシャーにさらされている。安穩と過去の信用に頼ってはいられない。常に前進し、オンラインでの顧客経験を向上させ、新しい顧客を引き寄せなければならない。

Darty フランスの営業担当 Pascal Defaux 氏は以下のように述べている。

「当社も、他のオンライン販売業者同様、転換率を重視している。サイト訪問者数を増やす必要があるがそれ以上に重要なのは、この訪問者を購入者に転換することだ。多数の訪問者がチェックアウト前にサイトから去って行っていた。」

かくして Darty は、オンラインストアでの顧客経験と転換率の向上を手助けしてくれるパートナーを探すことになった



解決策

Darty は Flixmedia に打診し、商品ページを最新のものにすると必要があると得心した。Flixmedia はオンライン販売コンテンツの経験を活用して迅速に行動し、商品ページの情報をより充実させ、特にビデオによる解説を加えた。

このねらいは、訪問者が新商品全般の情報にアクセスしやすくして、商品の詳細を知るために他のサイトでサーチする手間を省くことであった。

Flixmedia は LG の洗濯機と Epson のプリンタの 2 商品について技術革新、新機能、使い勝手を強調した解説ビデオを制作した

Pascal Defaux 氏は「Flixmedia は参画して直ちに、何をやるべきかを分かっていた。信頼の於けるパートナーで、我々が何を間違っていてどう修正するべきかはっきり分かっていた。プロセスを完璧に管理し、結果がその成果を物語っている」とも述べている。

Flixmedia の CEO である Scott Lester 氏は、次のようにコメントしている。「我々は重要な課題を直ちに目定め、迅速に解決しなければならなかった。サイト訪問者が商品情報を求めて他サイトに行ってしまうことに気付いた。買い手がサイトを去らざるを得ない理由を取り除くこと、これが早急に改正すべき点であった。ユーザに特定の商品についての情報を提供するビデオを使用することで、単に顧客維持だけでなく転換率をも向上することができた。」

結果

結果は驚異的なものとなった。Darty は、EPSON の多機能プリンタ SX 610 FW で 164%、Lave linge hublot の洗濯機 LG F 14164 WH BLANC で 60%の転換率を得た。

Pascal Defaux 氏はこうも述べている。

「ビデオは有効であるという証拠だ。商品に関する情報がビデオでははっきりと分かりやすく、オンライン閲覧者に買おうとしている商品を実感してもらえ。静止画や仕様書では出来ない方法で、ビデオはオンラインでの疑問点を解決することができる。今やビデオは、オンライン販売において今後も必要不可欠な武器である。」