

顧客をオンラインで惹き付ける 5つのポイント—できなければ逃げられるだけ

オンラインで最良のマルチチャネル・ユーザー・エクスペリエンスを提供することが最重要

顧客は、質の高いデジタル・エクスペリエンスを求めている

最初のクリックから質の高い体験を提供して、顧客をつなぎ止める



消費者の**89%**が、カスタマー・エクスペリエンスの悪さを理由に買い物をやめたことがある



カスタマー・エクスペリエンスを重視している企業は、競合他社よりも利益が**60%**多い



オンライン・エクスペリエンスが悪いと、消費者は平均**24人**にそのことを伝える

個客ごとへの対応は価値を生み出す

個人にあわせたエクスペリエンスが、事業の命運を左右するかもしれない



顧客の**77%**が、パーソナライズされたレコメンデーションに基づいてオンラインで追加購入した経験があると回答

ウェブ・エクスペリエンスのパーソナライズを実施することで、企業の売上げが平均**19%**増加している



消費者の**35%**が、利用しているサービス提供者はやり取りを通じてパーソナライズされたサービスを提供していると回答



ソーシャルを忘れずに

ソーシャルでつながっている人たちの影響力は、大きい



消費者の**40%**が、購入の判断の際にソーシャルメディアのお勧めを考慮している

企業とソーシャルメディアで関わった顧客は、その企業に使う金額がほかの顧客より**20%~40%**増える



マーケティング担当者の**54%**が、2013年にFacebookを通じて新しい顧客を獲得した

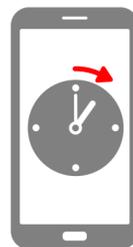
モバイルが重要

いつでも、どこでも、ユーザーを惹き付けること



世界人口**70億人**のうち、歯ブラシを持っているのが**42億人**、携帯電話を所有しているのは**48億人**

モバイル検索は1時間以内に**70%**がアクションを起こす。オンライン検索では**70%**がアクションを起こすのに1か月かかる



スマートフォンで買い物をする人の**84%**は、実店舗での買い物の際にもスマートフォンを参考にしている

複数のチャネルで一貫性を

オンライン・エクスペリエンスの提供は、全体を統一して



信頼できるセルフサービスのオンラインサポートがあれば、顧客の**75%**がそちらを選ぶ

マルチチャネルのカスタマー・エクスペリエンスを改善させる最大の障害として、組織の**40%**が「複雑さ」を挙げている

顧客の**83%**が、チャネルが変わるとサービス提供社の対応も異なっていたと回答

最高のデジタル・エクスペリエンスの提供を支援するOracle WebCenter Sites

使いやすいツール群で、マルチチャネルのエクスペリエンスを作成・運営・管理



- ▶ マーケティング担当者に、世界規模のウェブサイト全体にわたるコンテンツを運営・配信する能力を提供
- ▶ ビジネスアプリケーションやウェブサイトからソーシャルメディアにいたるまで、シームレスに統合してコンテンツ共有を実現し、ブランドの訴求力を拡大
- ▶ すべてのデバイスで一貫した魅力的なエクスペリエンスを実現

詳細はこちら www.oracle.com/jp/products/middleware/webcenter/

Copyright © 2013, Oracle and/or its affiliates. All rights reserved.
OracleとJavaは、Oracle Corporationおよびその子会社、関連会社の米国およびその他の国における登録商標です。
文中の社名、商品名等は各社の商標または登録商標である場合があります。

日本オラクル株式会社
〒107-0061 東京都港区北青山2-5-8 オラクル青山センター
oracle.com/jp

お問い合わせ窓口
Oracle Direct
TEL 0120-155-096
URL <http://www.oracle.com/jp/direct>

ORACLE®