

EC売上UPの虎の巻

Amazon 回遊強化施策

回遊施策とは

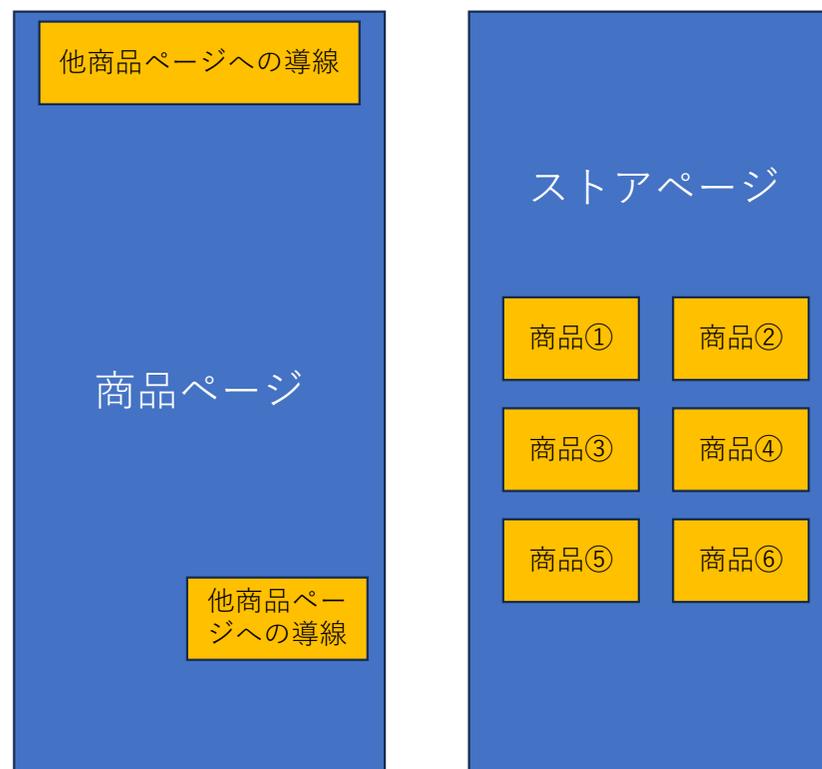
「回遊性は訪れたユーザーがサイト内のページをどれくらい訪問したかを表す指標です。

概要

概要

- 「回遊性は訪れたユーザーがサイト内のページをどれくらい訪問したかを表す指標
- この指標はページビュー数(閲覧数) ÷ セッション数(訪問数)で計算され、回遊率とも呼ばれ、サイト内のページを見れば見るほど、回遊性は高くなり、逆にページを訪れてすぐ離脱してしまうと回遊性は低下
- そのため回遊性が高いほどユーザーが商品を購入する可能性が高くなると言われています
- Amazon内では主に以下の方法で回遊性向上のための施策を実施可能
 - ストアページの改善
 - スポンサー広告の活用

イメージ



スポンサー広告の活用

スポンサーディスプレイ広告などを活用することで、自社ページ内での回遊を促すことが可能となります。

ポイント

- 自社商品に対しターゲティングする
 - 自社商品への回遊
 - 競合商品への流出防止

あえて自社商品を表示させる



ポイント

- ユーザーが検索したキーワードに連動して、自社商品ページ内に訴求可能



ストアページの改善

クリックできる画像を大きくし、ページをわかりやすく作成する。人気の商品を並べることで、購買・回遊につなげることが可能となります。



ブランドメッセージをわかりやすく

各種バナーの視認性アップ

人気商材への導線設定

ポイント

- テキストのポイントを上げて、ブランドメッセージを分かりやすく訴求する
- 各種バナーを大きくし、見えやすくした
- クリックし、画面遷移する形とする
- 人気の商材への導線は表に出すことで、売上につながりやすいレイアウトとする

お問い合わせ

Proteinumのサービスにご興味をお持ちいただき、より詳しいサービスの内容や導入事例、利用開始までの進め方など、ご質問やご不明点がございましたら、お気軽にお問い合わせください。



03-6419-7733

(対応時間 平日10:00~18:00)



info@proteinum.co.jp

サービス紹介

<https://proteinum.co.jp>

資料請求 (ダウンロード)

https://proteinum.co.jp/document_zoho/

ご支援実績 (導入事例)

<https://proteinum.co.jp/works/>