

プレスリリース
報道関係者各位

2020年2月19日(水)
株式会社売れるネット広告社



『売れるネット広告つくーる』に新機能追加！

LTV をさらに向上させる

「完了画面でクレカ変更」機能をリリース

『売れるネット広告社』は、広告の費用対効果を改善させる通販クラウドサービス No.1 の『売れるネット広告つくーる』の新機能として、LTV をさらに向上させる「完了画面でクレカ変更」機能をリリースしたことをお知らせします。

今回追加された「完了画面でクレカ変更」は、本商品の定期コース(サブスク)の申込完了画面で決済方法を「後払い(コンビニ決済)」や「代引き」などから「クレジットカード払い(Amazon Pay、PayPal を含む)」に変更できる機能です。これにより、単品リピート通販(D2C)のさらなる LTV 向上が実現できます。

■コンバージョン率が圧倒的に高いのは「後払い(コンビニ決済)」

『売れるネット広告社』が、過去 10 年間で単品リピート通販(D2C)商品における数十回の決済方法の[A/B テスト]を実施したところ、デフォルトの決済方法を「後払い(コンビニ決済)」に設定することで、コンバージョン率が飛躍的に上がることがわかっています。「クレジットカード払い」をデフォルトにしたときに比べ、「後払い(コンビニ決済)」にするとコンバージョン率が平均して約 1.6 倍も上がります！

実際に、『売れるネット広告つくる』の全受注データを対象に、初回申込の決済方法を調べてみると、最も多かったのが「後払い(コンビニ決済)」で購入者の 68.59%に上りました。それに次いで、「クレジットカード払い」が 20.12%、「代引き」が 7.53%で、「後払い(コンビニ決済)」を選んだ購入者は「クレジットカード払い」を選んだ購入者の 3 倍以上に達しています。

■ただし、LTV(年間購入単価)が圧倒的に高いのは「クレジットカード払い」!

一方で、本商品の定期コース(サブスク)の継続率が高い決済方法、つまり LTV(年間購入単価)が最も高くなる決済方法は「クレジットカード払い」です。本商品の定期コース(サブスク)の決済方法を「クレジットカード払い」にすると、「後払い(コンビニ決済)」に比べ、LTV が平均して約 1.5 倍以上も上がります！

■「後払い」⇒「クレジットカード払い」への切替が広告の費用対効果を最大化する方法！

上記をまとめると、「後払い(コンビニ決済)」が最もコンバージョン率の高い決済方法である一方、「クレジットカード払い」が最も LTV が高くなる決済方法です。

そのため、広告の費用対効果を最大化する一番の方法は、『ランディングページで高コンバージョン率の「後払い(コンビニ決済)」をデフォルトの決済方法に設定して申込みを“確保”した上で、申込完了画面で高 LTV の「クレジットカード払い」に決済方法を切替えさせる』という方法です！！

今回『売れるネット広告つくる』に追加された「完了画面でクレカ変更」機能は、ランディングページの申込フォームでは「後払い(コンビニ決済)」をデフォルトの決済方法にして高いコンバージョン率を維持しつつ、すでに本商品の定期コース(サブスク)の申込みが決定している申込完了画面で「クレジットカード払い(Amazon Pay、PayPal を含む)」への変更をオファーすることで、LTV の向上も実現できる画期的な機能です！

■「完了画面でクレカ変更」の画面遷移

「完了画面でクレカ変更」機能を使用する場合、申込フォームでは「後払い(コンビニ決済)」など「クレジットカード払い」以外をデフォルトの決済方法に設定します。そうすることで、勢いで申込ませるランディングページの瞬発力を維持することができます。その後、ランディングページから申込確認画面を経て、申込完了画面に遷移すると、15分以内に限り決済方法を「クレジットカード払い」または「Amazon Pay」、「PayPal」に変更するオファーを出すことができます。

15分以内という「緊急性」「限定感」を訴求できるのに加え、決済方法を変更したお客様限定の特典を追加することもできるため、より柔軟な販売戦略の実行が可能となります。

「完了画面でクレカ変更」の画面遷移例



『売れるネット広告社』では10社以上で費用対効果の上がった【A/Bテスト】の結果を“最強の売れるノウハウ®”として、随時『売れるネット広告つくる』の「標準機能」として開発・リリースしているほか、クライアント様からのご意見・ご要望も採り入れながら、機能追加・機能改修に取り組んでおります。

今後も単品通販会社(D2C)におけるネット広告の費用対効果を最大化・売上アップに直結するサービスを提供できるよう取り組んでまいります。

以上



売れるネット広告 つくーる[®]

広告の費用対効果を改善させる 通販クラウドサービス No.1



日本マーケティングリサーチ機構調べ
調査概要:2019年9月期_サイトのイメージ調査

サービス名	: 売れるネット広告つくーる
内容	: ネット広告/ネット通販(D2C) 支援ツール(クラウドサービス)
料金	: 1 デバイス目:月額¥99,800(税別)/2 デバイス目:月額¥50,000(税別)

レスポンスの魔術師『加藤公一レオ』監修

累計“数百億円以上”の“最強の売れるノウハウ[®]”が標準搭載されたツール！

『売れるネット広告つくーる』とは単品通販会社(広告主)のネット広告の費用対効果を強引に改善させる、世の中になかった革命的なツール(クラウドサービス)です。一般的に多くの単品通販会社(広告主)はネット広告のレスポンス効率を上げるために、【A/B テスト】を繰り返し、ネット広告活動を「最適化」していくのですが、中小の単品通販会社にとっては大きなコスト負担と労力とリスクがつきまといまいます。

一方、通販王国と言われる九州で、一貫してネット広告に従事し、担当した“すべて”のクライアントを大成功させてきた『売れるネット広告社』代表取締役社長 CEO 加藤公一レオは、過去 20 年間であらゆる大手通販会社(広告主)から累計“数百億円以上”の広告費をお預かりして、“1000 回以上”の【A/B テスト】を繰り返し、ネット広告の仕組み(クリエイティブ・システム・CRM 等)を「最適化」してきました。

この『売れるネット広告社』の膨大な“最強の売れるノウハウ[®]”を日本の全ての単品通販会社(D2C)が“安く・簡単に・効果的に”使えるようにするため開発されたのが『売れるネット広告つくーる』です。

※サービス詳細:<https://ureruad.com/>



【会社概要】

社名 : 株式会社売れるネット広告社
東京オフィス : 〒105-0003 東京都港区西新橋 3-24-10 ハリファックス御成門ビル 9 階
TEL:03-6459-0562 FAX:03-6459-0563
福岡オフィス : 〒814-0001 福岡県福岡市早良区百道浜 2-3-8 RKB 放送会館 4 階
TEL:092-834-5520 FAX:092-834-5540
代表者 : 代表取締役社長 CEO 加藤公一レオ
設立日 : 2010年3月1日
URL : <http://www.ureru.co.jp>
Facebook : <https://www.facebook.com/ureru>

【売れるネット広告社 代表取締役社長 CEO 加藤公一レオ プロフィール】



1975年ブラジル・サンパウロ生まれ、アメリカ・ロサンゼルス育ち。
西南学院大学経済学部卒業後、三菱商事株式会社に入社。
その後、Havas Worldwide Tokyo、株式会社アサツーディ・ケイ(ADK)にて、
一貫してネットビジネスを軸としたダイレクトマーケティングに従事し、
担当した全てのクライアント(広告主)のネット広告を大成功させる。
その実践経験とノウハウをもとに、ネット広告のレスポンスを確実にアップさせてしまうため、
クライアント企業から『レスポンスの魔術師』との異名をとる。
やずやベストパートナー賞 受賞。
Web クリエーション・アワード Web 人貢献賞 受賞。
「アドテック」「宣伝会議」「日経デジタルマーケティング」「通販新聞」など講演多数。
広告・マーケティング業界のオリンピック「アドテック」で3年連続人気スピーカー“1位”。
「全日本 DM 大賞最終審査員」や「米国 International ECHO Awards 審査員」、
「九州インターネット広告協会の初代会長」も務めた。
著書に『単品通販“売れる”インターネット広告』(日本文芸社)。

『100%確実に売上がアップする最強の仕組み』(ダイヤモンド社)
『伝説の EC 猫レオレオ 売れるネットショップ繁盛記』(impress Digital Books)
通販のネット広告の費用対効果を最大化するクラウドサービス
『売れるネット広告つくる』を監修。

<リリースに関するお問い合わせ>



『売れるネット広告社』秘書室 広報・人事 赤松春奈

E-MAIL : akamatsu@ureru.co.jp

TEL : 092-834-5520

※「売れるネット広告つくる」は売れるネット広告社の登録商標です。特許庁登録商標第 5921847 号

※「最強の売れるノウハウ」は売れるネット広告社の登録商標です。特許庁登録商標第 5927186 号

※「完了画面でクレカ変更」について、『売れるネット広告社』は現在商標を出願中です