

ブラウザ放棄 メール機能

ブラウザリマインダー、ブラウズ、ブラウズメール、ブラウズメールリマーケティング、BEMR

ウェブサイト訪問者の約48%が商品ページを閲覧しますが、ショッピングカートに商品を入れるのはわずか3%です。訪問者が何のために来たのかを思い出させ、ウィンドウショッピングをする人を、閲覧放棄の回復で顧客に変えることができます。

ブラウズ放棄とは？

当社の統計によると、小売業では...



43.8%

...ウェブサイト訪問者のうち、製品ページを見る人



15.5%

買い物カゴに商品を入れる



3.3%

購入が完了します。

簡単に言うと、商品ページを見る人のほとんどは、商品を買いたいカゴに入れることはありません。しかし、商品を見ることで、購入の意思を示すことができるため、閲覧リマインダーが有効です。

閲覧リマインダーは、買い物客が見ている特定の商品と、関連するクロスセリングやアップセリングのオプションを表示することができます。

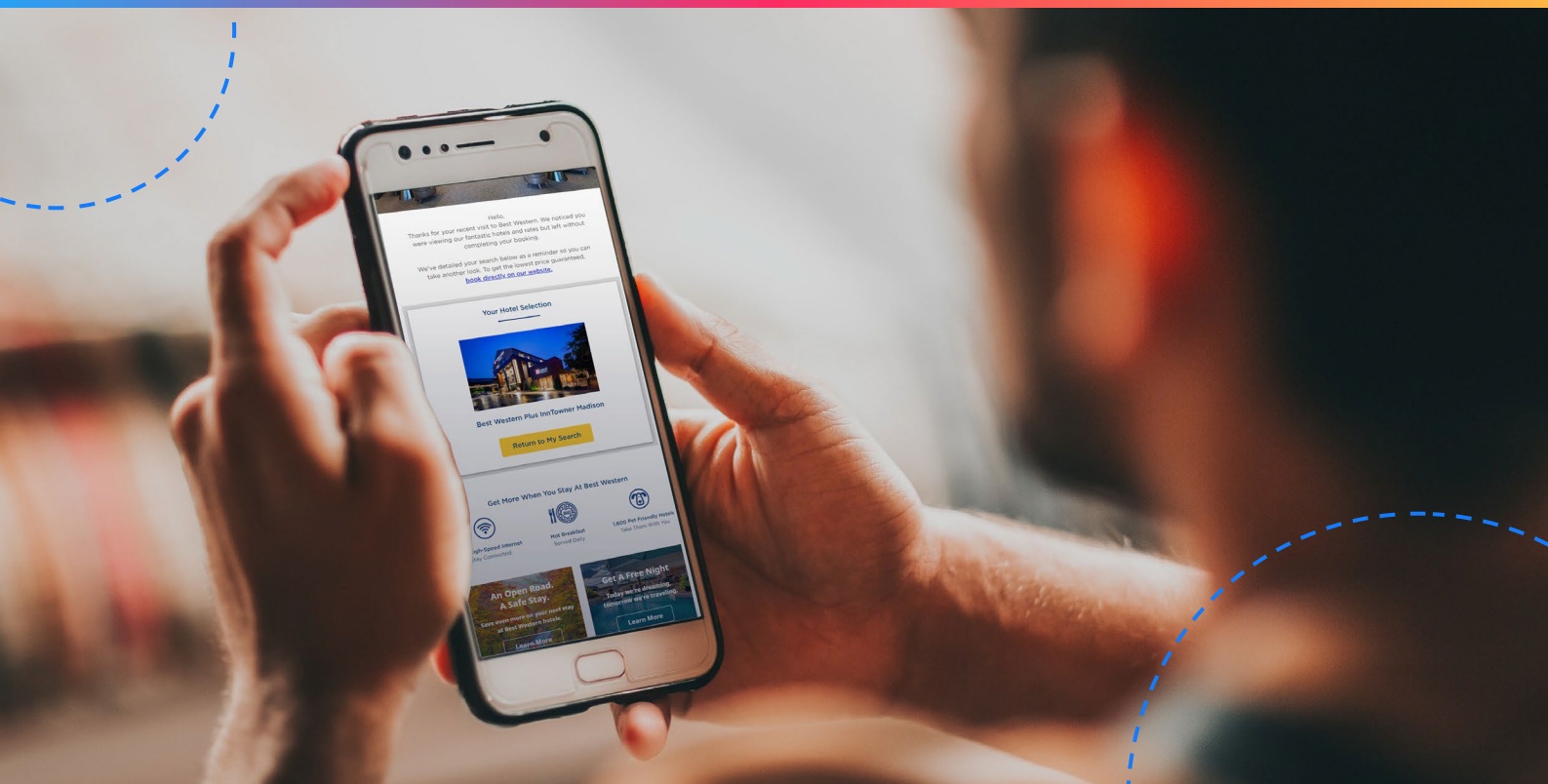
ブラウザリマインダーの成功は、買い物客に関連性を提供することにかかっており、これはデータのインテリジェントな使用によって達成されます。セグメンテーションは、訪問者の閲覧履歴、性別、閲覧した商品の価値、新規顧客と既存顧客に基づいて、商品を提案するメールを送信するために使用されます。

また、カスタマーレビューやトレンドなどのソーシャルプルーフを加えることで、より説得力のあるメールになります。

なぜブラウズ放棄を使うのか？

- 過去にサイト内で2つ以上の商品閲覧したお客様に**メールを配信**
- お客様が過去に閲覧したことのある商品を**宣伝**する
- 閲覧した製品に応じた**推奨製品を特定**

ブラウズ放棄の詳細については、アカウント・マネージャーにお問い合わせいただくか、'info@cloverttech.jp'にご連絡ください



当社の統計によると、ブラウズリマインダーメールは従来のメールよりも開封率が80.9%、クリックスルー率が50.5%高く、メールを開いた買い物客の26%がクリックしてサイトに戻ることが分かっています。

商品の選択からコンテンツ、デザイン、送信時間に至るまで、あらゆる面でテストと最適化を行うことで、Eメールの効果を最大限に引き出します。


52.48%
平均開封率


8.16%
平均クリック率


1.47%
平均送信量
換算率


2.3%
平均アップ
リフト

ブラウズアバンダメントは、カートに入れずに閲覧した訪問者と再びつながることができます。

ブラウズ放棄の詳細については、アカウント・マネージャーにお問い合わせいただくか、'info@clovertech.jp'にご連絡ください。