

チャットボット CVR爆上がり診断

たったの**60秒**で、
どれだけCVRアップするか分かる！

資料ダウンロード、ありがとうございます。

本資料では、申込・資料請求UPやリード獲得UPしたい企業様に
チャットボットによる「Web接客」で、CVRを改善できる方法を知っていただきたい、
貴社の商品や申込方法が、チャットボットと親和性があることを知ってほしい、そんな想いで編纂しました。

ご興味をもっていただけましたら、またお気づきの点があれば、ご連絡いただけましたら幸いです。

(株)wevnaI



01

チャットボットとは？

P3~ P4

02

5分で診断！
「チャットボットCVR爆上がり診断」

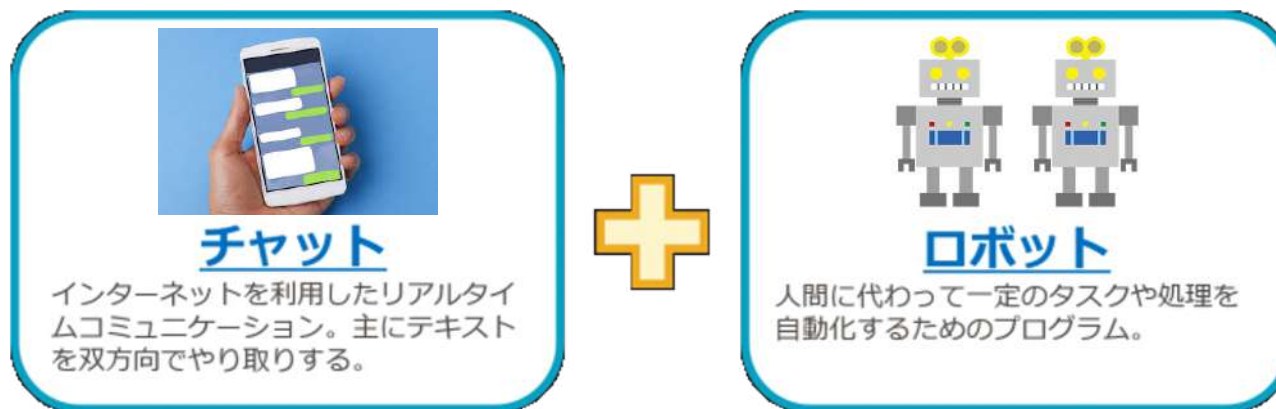
P6~ P11

03

BOTCHAN EFO
ご紹介

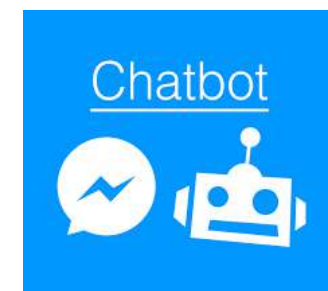
P13~ P17





チャットボットとは—

「チャットボット」とは、インターネットを利用したリアルタイムコミュニケーションツールである「**チャット**」と人間に代わって一定のタスクや処理を自動化する「**ボット**」を組み合わせた言葉で、「**テキストを通じた自動会話プログラム**」のこと。



チャットボット CVR爆上がり診断

10問のチェックリストは、
『チャットボットで確実にCVRアップする商材やサイト特徴』です。

たったの60秒で診断時間で、
CVRがどれだけアップするかを自己診断できます。

チャットボットの持つ可能性を感じてください！



チャットボットで確実にCVRアップする商材チェックリスト！

	当てはまらない	少し当てはまる	かなり当てはまる
① Web サイトや LP の月間 PV 数が 5 万 PV 以上である	0pt	1pt	2pt
② ユーザーの閲覧デバイスのスマホ比率は 50%以上だ	0pt	1pt	2pt
③ 見込顧客の獲得 CV ポイントは、情報入力が多いものだ 会員登録、資料請求、来店予約、お見積り依頼、お問い合わせ...など	0pt	1pt	2pt
④ 本登録や申し込み、情報入力が多い。画面数が多い 個人情報の入力情報が多い、必須項目が多い複数の画面に渡って入力や選択をする必要がある...等	0pt	1pt	2pt
⑤ エントリーフォームでの離脱率が 70%以上ある	0pt	1pt	2pt
⑥ リード獲得の主な手法は広告施策（SEO 含む）である	0pt	1pt	2pt
⑦ お客様ごとに都合や仕様を合わせる必要がある商品だ 例：サイズ、形状、カラー、ラッピング、納品日、来店日、パートナーの意向...	0pt	1pt	2pt
⑧ 登録や申し込みで入力エラーが多い。エラー離脱が多い エラー箇所が分かりにくい。商品や申込における不明点が、すぐに解決される構造にない	0pt	1pt	2pt
⑨ EFO ツールを入れていない、または活用できていない 目安：入力復元、郵便番号の自動入力、名前・かなの自動入力、...いずれかがなければ該当	0pt	1pt	2pt
⑩ フォーム修正を行うのに 1 週間以上はかかってしまう	0pt	1pt	2pt



15pt以上

チャットボットとの
親和性が非常に高い商材。

“やらないと損”状態です！



<チャットボット効果>

CVR改善

30%以上改善

の見込みあり

10~14pt

チャットボットで
解決することが多い商材。

早ければ早いほど効果あり！



<チャットボット効果>

CVR改善

20~28%改善

の見込みあり

5~9pt

チャットボットは、
貴社の課題解決に有効。

コスパよく改善を狙える！



<チャットボット効果>

CVR改善

10~18%改善

の見込みあり

4pt以下

貴社の商材はとCVR改善
としては親和性は低め。

CVR以外の効果を狙う!?



<チャットボット効果>

大きなCVR改善はない

顧客満足UPなどで
活用の余地あり



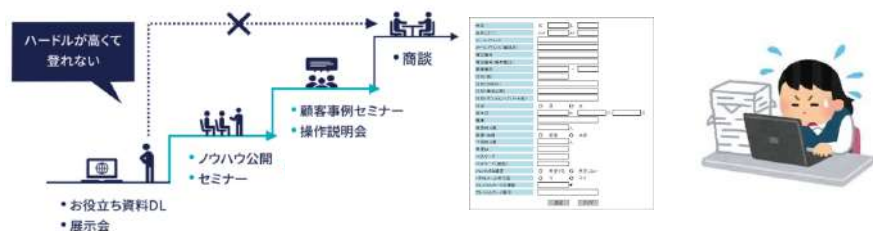
① 月間PVが5万PV以上



まず前提として、一定の来訪者や見込顧客のPVがなければ、大幅なCVRアップは見込めません。チャットボットによる「Web接客」で、1人1人の嗜好性や疑問に対応しきれない部分をフォローできること、ちょっとした不満で離脱してしまう人を1人でも2人でもすくい留めること。

その積み上げが、CVR改善という成果となって収益に還元します。

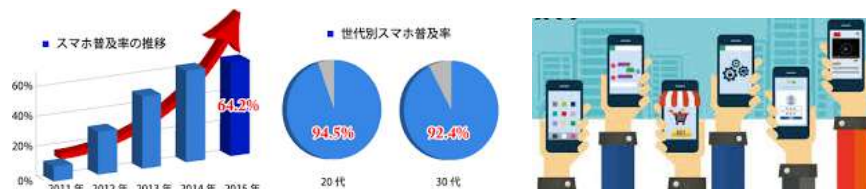
③ 見込獲得のCVポイントが、情報入力多め



リード獲得の時点では、見込顧客と関係性が構築できてはいないため、少しのストレスでも離脱が起きてしまいます。

問い合わせや資料請求など、リードの時点から、多くの個人情報を聞く必要がある商材・サービスの皆様は、少しでも入力ストレスを軽減させるため、「Web接客」の観点からのフォローアップが成果に影響してきます。

② デバイスは、スマホ比率が50%以上



今や老若男女問わず、1人1台は持っているスマホ。スマホでサービス申込をしたり、登録することもスタンダードになっています。一方で、スマホでは画面も小さく、入力しづらい、より面倒に感じてしまうという側面もあります。

だからこそ、チャットボットで、普段LINEなどで慣れ親しんだチャット形式で登録や申し込みができるだけでも、CVRは劇的に上がる可能性があります。

④ 本登録や申し込みが、情報入力多め

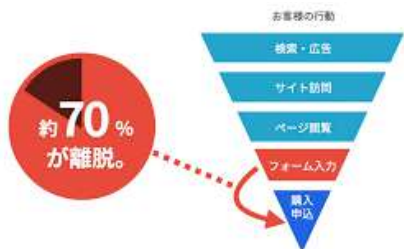


入力項目が多い、遷移画面が多いことは、手間がかかる印象と、先が読めないことによる『面倒臭そう』な印象につながります。画面数については、1ページ遷移ごとの平均離脱率は10%ずつ離脱していく、というデータもあるんです。

チャットボットのような会話的な入力ですストレスなく、画面遷移もせずにサクサク進むことで、離脱を防ぎます。



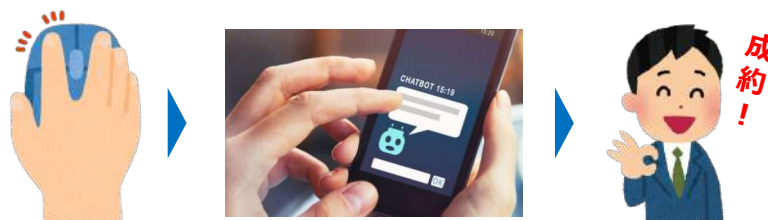
⑤ フォーム離脱率が70%以上ある



一般的に、フォーム離脱率の平均は約70%と、せっかく興味を持ってくれたお客様の大半が、リード化する前に離脱していることが分かります。この70%の壁を超える、少しでもハードルを下げるために、チャットボットによる「Web接客」が効果的に機能します。

情報の取得の仕方、順番、エラー防止、疑問解消など、PDCAを回しながら、徐々に離脱率を下げいき、ベストな体験接点をつくることが重要です。

⑥ リード獲得の主な手法は広告施策 (SEO含む)



認知度がまだまだ高くない、競合とシェアを争って…などの理由から、見込顧客の獲得を外部の広告媒体や、SEOによるサイト順位アップに頼っている企業も多いかと思われます。

広告によるリードはユーザーがホットな状態ではないことも多く、離脱率も高くなりがちです。チャットボットの柔軟な会話的アプローチにより、ユーザーを興味を保ったまま申込み完了までつなげることは、そのまま成果に、収益に直結します。

⑦ お客様ごとで、都合や仕様を合わせる商品



サイズや形状、納品日時、来店する店舗…など、お客様の都合や仕様で選択してもらう、判断してもらう必要のある商品は、その選択に悩んだり、判断に困るなどで一定の手間を感じ、離脱に繋がることがあります。必要な選択は、どれだけストレスなく回答いただけるかに尽きます。

チャットボットで、スムーズで気楽に進められるUXはCVRアップに貢献します。

⑧ 入力エラーが多い、エラー離脱が多い



入力エラーが多いことは、
● 入力しづらい ● 設問内容が分かりづらい
ことに起因します。

チャットボットによる会話的な入力は、お客様の慣れもありスムーズで、説明力もある点で、具体的な改善に直結します。

⑨ EFOツール、活用できていない



EFO (Entry Form Optimization) = 入力フォーム最適化の取組みはされていますか？
EFOツールは入れているが、放置になってませんか？
入力復元、郵便番号の自動入力などの機能はつけていますか？

もし未実施でしたら、チャットボットによるEFOで劇的にCVRが改善する可能性があります。
PDCAも回しやすく、継続改善が図れます。

⑩ フォーム修正に1週間以上かかる

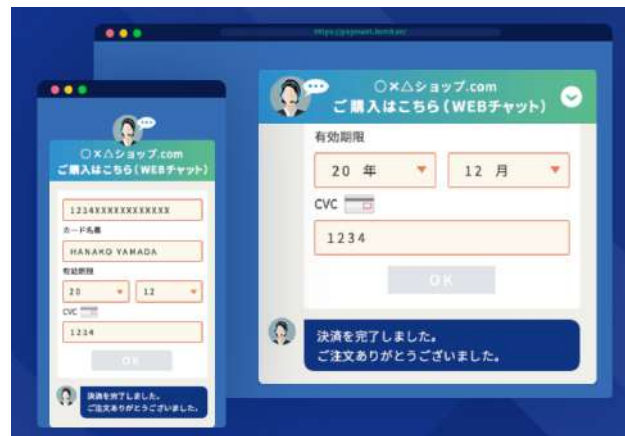


フォームに課題があることが分かっている企業は多いものの、具体的にフォーム改修をしている、
表面デザインだけでも修正している企業は多くありません。

工数や予算の問題がボトルネックになりがちですが、そんな場合、チャットボットはおすすめです。
シナリオや取得項目の変更が容易で、具体的な成果数字を見て最適化を検討できます。

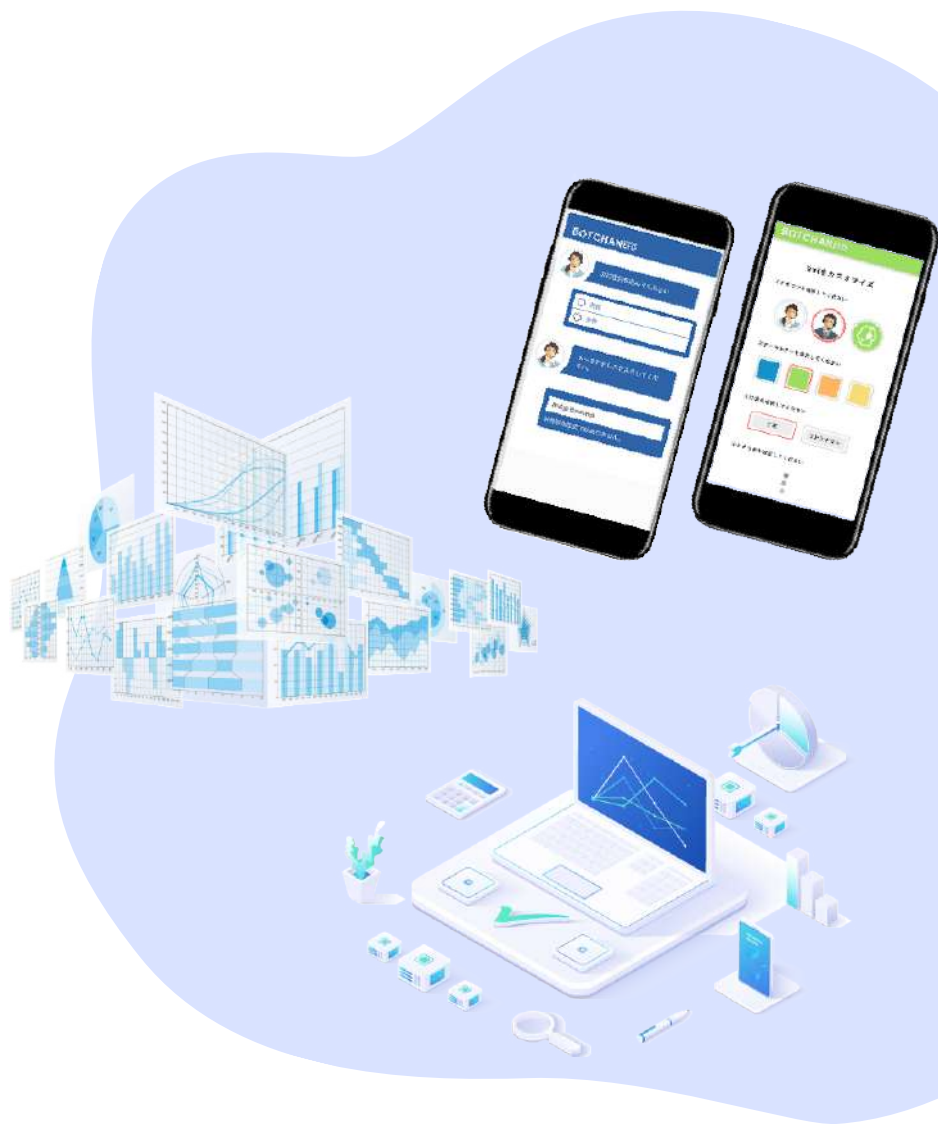
CVR改善に悩むマーケターへ、おすすめの解決策

チャットフォームの活用



<理由>

- ① 会話形式でサクサク進むので、**ストレスフリーな入力**ができる。
- ② エラーを都度修正できるので、「**やり直し**」感がない。
- ③ 選択させたり、動画を見せたりと、商材に合わせて**表現が多彩**。
- ④ 商品ページやFAQもリンクさせ、「**再確認**」の手間を減らせる。
- ⑤ **離脱ポイントが明確にわかる**ので、フォーム改善につながる。



BOTCHAN EFO ご紹介

チャットボットでCVRアップが図れると感じた貴社に、
フォーム離脱改善に特化したチャット型エントリーフォーム
『BOTCHAN EFO』をご紹介します。

BOTCHAN EFO

会話型の入力によるインタラクティブフォームとEFO機能を兼ね備えることにより、
Web上での接客体験を向上させ、カゴ落ちユーザーを軽減、**CVR／成約の最大化**を実現します。



BOTCHAN EFOが選ばれる5つの特徴

シナリオサポート

簡易カート機能

システム連携機能

デザインカスタマイズ

多言語対応

BOTCHAN機能一覧



テキスト入力

字数制限、文字種の指定も可能



チェックリスト

必要な数だけ追加可能



カレンダー入力

日付選択や期間の選択が可能



ファイル添付

必要な数だけ追加可能



カルーセル

必要な数だけ追加可能



プルダウン

必要な数だけ追加可能



ラジオボタン

必要な数だけ追加可能



郵便番号・住所

都道府県から建物名まで入力可能



規約同意チェック

規約テキストの表示と同意ボタン

導入企業様（例）



人材、不動産、教育、ウェディング業界を中心に、BtoCからBtoBまで
様々な企業様でご導入・ご活用いただいております。

システム連携ツール（例）



BOTCHAN EFOは、様々なマーケティングツールと連携が可能です。（外部のECを抜く）



ご興味をお持ちいただけましたら、お気軽にご連絡ください。

ご商談でできること



- ①BOTCHANのご説明
- ②貴社ご商材に沿うシナリオご提案
- ③デモ版の体験
- ④費用、CV、CPAシミュレーション
- ⑤連携ツール、広告連動のご説明
- ⑥事例のご紹介

お電話、オンラインmtg、直接面談など、
ご都合に合わせてご希望の方法で対応いたします。

お申込み～実装まで



最短10営業日で納品可能。
貴社の拡販のチャンスを逃しません。





社名 : 株式会社wevnal (wevnal.INC)
代表者 : 代表取締役兼CEO 磯山 博文
設立 : 2011年4月
本社所在地 : 渋谷区渋谷1-11-8 渋谷パークプラザ5F
従業員数 : 70名

BOTCHAN EFO
資料DL

無料デモロボット作成
(本資料DL企業様 限定)

無料相談会
日程調整

お電話で10分ご説明
03-5766-8877

