

2018年度eコマース10大トレンド

Statistaの調査によると、eコマースの全世界売上高は2021年までに246.15%増加すると予測されています(金額で見た場合、2014年の時点での1.3兆ドルが、2021年には4.5兆ドルになると見込まれています)。

eコマース業界は活況を呈しており、その勢いが衰える兆しは見せていません。

現在の小売企業は優れたeコマースオプションを提供しなければ、競争に打ち勝つことは不可能です。また、実店舗での購入の56%が、デジタルコマースに購入動機の影響を受けています。つまり、顧客にオンラインで接触しなければ、期待される収益の半分を失うと同じです。

eコマースの急激な成長は、急激な変化をもたらします。商品の画像をウェブサイトに掲載し、理想的な顧客が見つめてくれることをただ待っているだけでは不十分です。2018年、さまざまな新しいトレンドが生まれており、企業はこのトレンドに目を向けることで、きっと飛躍的な成長を遂げられるでしょう。2018年~2019年も、さらにその先も、企業がeコマースでの多くのメリットを得られ、オンラインでの売上の方法を大きく変えると思われる10のトレンドです。

- ① **ネイティブショッピング**…ビジュアルプラットフォームからの購入へ(代表的な機能が、Pinterestのアイテムタグです)
- ② **拡張現実と仮想現実**…購入前に店舗で商品を見るより、自宅で商品を見る(「IKEA」も3Dアプリを提供)
- ③ **オンライン注文の自動処理とチャットボット**…Facebook Messengerの利用者数は全世界で10億人にもなるため、マーケティング、カスタマーサービス、営業にチャットボットを活用するのはとても有意義なこと(「Domino's Pizza」は、全メニューの注文に対応するFacebook Messengerのチャットボット「Dom」をリリース)
- ④ **音声検索**…既にミレニアル世代の40%がオンライン購入時に音声検索を使用(「Walmart」は、Google Homeへの音声入力によって商品を注文可能)
- ⑤ **モバイルファースト**…過去6か月以内にモバイルデバイスでオンライン購入を行ったことがあるのは、スマートフォンユーザーの62%に(「Starbucks」は2015年に注文と決済を処理できるモバイルアプリを作成し、2017年までに同社が受けた注文のうち30%がモバイル経由)
- ⑥ **ROPO**…オンラインで調べてオフラインで購入の追跡ツール(ソーシャルメディア、モバイルトラッキング/位置情報、モバイル決済、店舗在庫管理、アナリティクスツール、CRMシステムなどの情報を組み合わせ可能)
- ⑦ **機械学習とAI**…コンテンツは機械学習やAIによって分類され、消費者の関心に合ったコンテンツ(または商品)のみが表示される(Netflixは、ユーザーを年齢や場所、性別で分けるのではなく、1,300の「テイストコミュニティ」と呼ばれるグループに分類し、ユーザーの好みに似た映画やテレビ番組をお勧め)
- ⑧ **画像検索**…画像検索と音声検索は、2020年までにすべての検索の50%を占める(Pinterestは独自の画像検索機能を実装)
- ⑨ **高品質の商品紹介動画**…消費者のあらゆる疑問に対してデジタルな方法で回答する必要(商品の販売促進として最も有効なのが、製品のデザインや機能を説明する高品質の動画を作成する)
- ⑩ **当日配達や翌日配達**…当日配達サービスを導入することで、ニーズをすばやく満たしてほしいと考えている消費者の大半を獲得(Amazonは主要都市の近郊に多数の配送センターを開設し、Amazon Prime会員に対して当日配達を行えるように「Google Shopping Express」も同じ)

メンバーズ情報

はじめまして!新会員です

■ 南信支部 (7月13日付)

㈱ビットコネクト

<http://www.bit-connect.co.jp/>

住所:〒392-0004 諏訪市諏訪1-13-8

TEL:0266-54-0077 FAX:0266-53-6668

代表者・NISA担当者:代表取締役 折井 康浩

■ 南信支部 (12月5日付)

合同会社ジェーシーエム

<http://www.jcm-nagano.com/>

住所:〒392-0034 岡谷市湖畔3丁目2-18 岸田ビル1F

TEL:0266-75-2375 FAX:0266-75-2375

代表者・NISA担当者:代表社員 藤森 宏紀

移管・名称・担当者・代表者・住所変更

● 会員の代表者変更

■ 北信支部 (6月26日付)

炭平コンピューターシステム㈱

代表者:代表取締役社長 神津 富治男

インバウンド観光ビジネスの第一歩

▶ 長野市と白馬村の現状から考える、自社・自店にできること
~具体的なマーケティングプランの立て方~

NISA市場開発委員会では、11月8日、当協会の共催事業でのインバウンドセミナーを長野市のトイゴで開催しました。

ブランド構築ステップを使って解説する、インバウンドセミナーでした。訪日客の国別特色や各地の成功事例で終わらず、そこからどう自社に落とし込んでいくかを見出して、これまでになかったインバウンドセミナーになりました。

内容は、白馬村や長野市の外国人観光客推移の数字を提示し、それに基づく現地の旅館や飲食店などのインバウンド成功例を紹介し、その背景となる要員を分析して解説。また実際に長野市のインバウンドに取り組んでいるホテルの方に体験を話していただきました。最後に実践の第一歩のワークを実施しました。参加者数は講演会33名、交流会18名。

インバウンドに興味はあるがいまいち何をしたらよいかわからない、状況がよくわからないという事業者の皆さんに、現状や現場の生の声を聞いていただき、自社の取り組みに活かしていただけると期待します。



NISA 一般社団法人長野県情報サービス振興協会では、

新入会員を募集いたします。

詳しくは、こちらから...

http://www.nisa.or.jp/outline_anai.html



イラストレーション/堀口 忠彦

人と人の絆が

明日をつくる

Densan
<http://www.ndensan.co.jp/>

本社 〒380-0904 長野市鶴賀七瀬中町 276-6
支社 / 東京・新潟・佐久・松本・飯田・山梨
サポートサービスセンター / 北関東・佐渡・上越