

転換率の高い

オンラインストアの

チャット接客

成功事例集

50,000社以上の
活用事例からピックアップ



チャネルトーク



チャットで商品選びをサポートします！



サイズなどでお困りではないですか？





熱狂的なファン🔥を作るための カスタマーサクセスメッセンジャー🚀



お問い合わせ画面

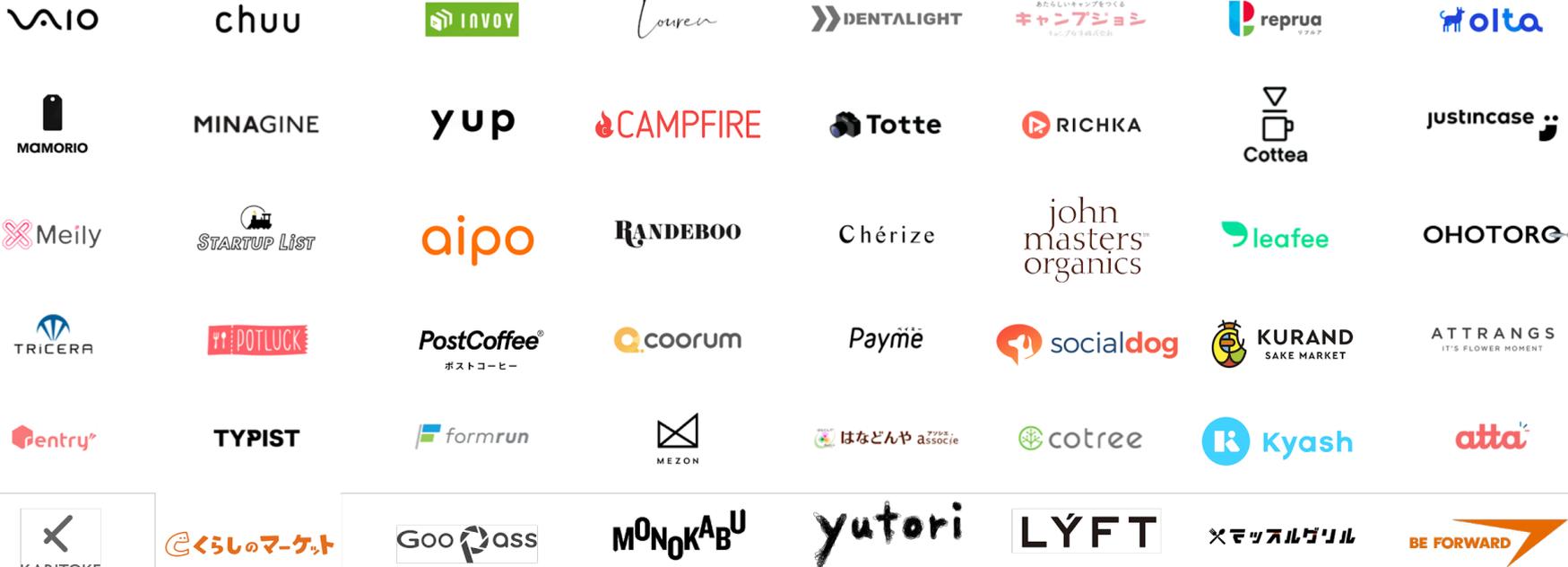


Webチャット、LINE公式アカウントなど一元管理



D2C/ECや先進的な企業を中心に活用いただき

累計50,000社の導入実績を突破！👏👏



CASE

チャット接客事例7選



チャット接客経由の購入率は7割超え！

チャットから届くお客様の声を、商品企画に生かす！

Chuuは、韓国発女性アパレルブランドで、“-5kgジーンズ”やマスコットの“fanfanduck”などのキラーアイテムがあり、専属モデルもインスタで大人気です。

チャネルトークの顧客マーケティング機能で初回訪問からリピートまでカスタマージャーニーに合った複数のポップアップを表示し、Web接客しています。

リテンション期間が短いという特徴がある女性アパレルならではの、リピート顧客に新商品を表示するポップアップを表示して、カスタマージャーニーに合ったweb接客を行なっています。

また、サポートbotや接客チャットでは、CSチームを“顧客に元気を与えるビタミン”と名付け、親近感のある顧客対応をしたり、-5kgジーンズやランジェリーのサイズのおすすめもしています

chuu



[詳しく読む](#)



Chuuのチャット接客術

会話を楽しく続ける接客

お客様が短い回答で返してきたら、他にも質問があったら、他にもなんでも聞いてくださいね！と伝えます。Chuuではサポートチームを「CXチーム（Customer Experience）」と呼び、お客様の購入における体験価値を向上させることを大事にしています。

たとえば、韓国チームではCSチームを物流倉庫で対応していますが「リボンはどうやって結ぶんですか？」と質問があれば、直接倉庫に駆けつけ、リボンを結ぶ写真を撮ってお客様にお見せしたりしています。ちょっとした相談ごとも、丁寧に対応することで、お客様の体験価値は向上につなげています。

お客様と商品を作り上げるという意識

Chuuではお客様を「Chuuを作っているメンバーの一員」と考えています。チャット対応をする中で「以前販売していた〇〇の商品、再入荷して欲しい」「150cm台のワンピースやジーンズが欲しい」「ブラックのスキニーが欲しい」など、お客様からご要望をいただくことも多く、その声を元に、再入荷や商品化を決定しています。また「配送が遅い」という声を元に、在庫を前もって用意してから販売するようにオペレーションフローも変更しました。これも、お客様の声があったから改善できた点です。



顧客ニーズに寄り添い、売上150%UP

月間350万人が訪れるキャンプメディア「hinata」が運営するキャンプ用品特化型レンタルサービス。

「セット商品を自由にカスタマイズしたい」というユーザーのインサイトにたどり着き、上記のようなユーザーのニーズに対応するために、ユーザーがwebサイト上で自由にセット内容をカスタマイズできる機能の開発を検討。しかしフロントエンドもバックエンドも大きく改修が必要で、開発に1-2ヶ月はかかりそうとのことでした。ニーズがどれくらいあるのか・売上がどれくらい上がるのかわからない機能に、開発リソースを1-2ヶ月かけることは難しい状況でした。

そこでセットのカスタマイズをチャットボットで依頼できる機能を作ってみたセット商品カスタマイズのニーズを検証するために、半日の開発で下記のように「セット商品の変更を相談する」 というボタンを商品ページに設置しました。

結果、セット商品のカスタマイズはめちゃくちゃニーズがあった上記機能を実装した直後から、ユーザーからセット商品カスタマイズのお問い合わせがひっきりなしにきました。これにより、この機能がなければ注文しなかったであろうユーザーがたくさん注文してくれました。実際、**セット商品のカスタマイズのお問い合わせをしたユーザーのCV率は7割を超え、売上は1.5倍に増加しました。**



Before



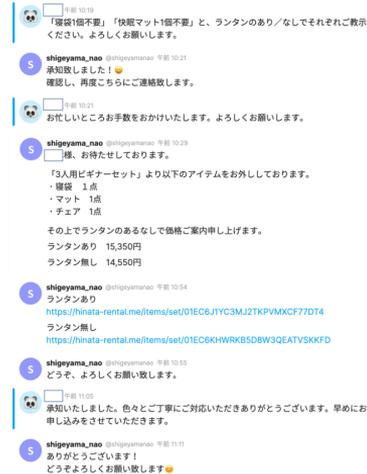
After



hinata rentalのチャット接客術

【〇〇様専用】とついた個別URLを案内し、 ロイヤリティ向上へ

相談して下さったユーザー様には、【〇〇様専用】とついた個別URLを案内。結果的にセット商品のカスタマイズのお問い合わせをしたユーザーのCV率は7割を超えになりました。チャットサービスでよく問題視される「無機質なBot感」を払拭し人間味のある接客を行なったことで、購買増加に繋がりました。





Cottea、CVR向上、リピート率も50%以上となり売上也月120% ずつ成長

Cotteaは、オンラインで美味しいコーヒーを手軽に買えるサブスクリプションですが、個人の消費行動の多様性を配慮して単品購入もできます。味の表現が難しい"コーヒーの通訳者"として、ネット上でも味が伝わるような説明やおすすめ診断機能を提供しています。

Cotteaは、お客様の嗜好を聞き出すために質問をしていく必要があるのですが、それがまさにチャネルトークで実店舗のようにできるので、ファンも増えてリピート率を高めています。

そのようなLTVにつながる会話に集中できているのも、サポートbotでFAQの自動化ができたおかげだと思っています。どのシナリオでもすぐに担当者につなぐボタンを用意しているのでお客様にも機械的な感じではなく、効率的に悪い印象を与えずに対応できています。

またLINE公式アカウントを連携してチャネルトークから対応を行なっているほか、カスタマーマーケティング機能でLINE友達追加を促したところこれだけで1ヶ月に1,000人の友達を獲得することもできました。

Cottea



[詳しく読む→](#)



Cotteaのチャット接客術

サポートBotを導入し無駄な質問が減少

サポートbotでどのシナリオでもオペレーターにすぐ繋げるボタンを用意しているので、お客様にも機械的な感じではなく、効率的に悪い印象を与えずに対応が可能です。お客様が疑問に感じる部分を素早く解消できるような設計にしています。

実店舗のようなコミュニケーションを意識

ECやサブスクリプションもお客様と実店舗さながらのコミュニケーションを取ることが重要です。お客様が何かを聞くということは、買いたいという気持ちを持っているからです。そのタイミングを逃さずにお声かけすることでラクにかつCVRを高めています。



オンボーディングとして新規顧客に利用ガイドを表示し、購買率は30%、リピート率50%に向上

Totteは、撮影機材のCtoCシェアリングのモバイルアプリ(iOS)で、眠っている撮影機材を誰でもシェアリングすることができます。

チャネルトークは、直感的で綺麗なUIやコードの貼り付けだけで簡単に導入できる点から導入を決定し、UXも非常に簡単で、実際30分で設定完了しました。

元々、法人営業と問い合わせの電話が混ざって困っていました。お客様のサポートをチャネルトークに寄せて効率化できたほか、サポートbotを導入して40%がお客様自身で解決できています。

LPでは、フォーム機能でお客様のメールアドレスや電話番号、名前を取得できるなどリード獲得にも使え、汎用性があるのも良いです。問い合わせの2~3割はコンバージョンに繋がっています。

また、レンタル系サービスは使い方が分からず離脱する人が多いため、獲得後のオンボーディングとして新規や離脱しそうなお客様に"まずは、ご利用ガイドをご覧ください"と案内するポップアップを自動表示するようになったところ、リピート率が50%にUPしました。



[詳しく読む](#)



Totteのチャット接客術

フォーム機能やページビューを活用し顧客に マッチした対応を実施

フォーム機能やページビューも活用し、お客様がどの商品を見て問い合わせしているのかが事前に把握できるので、どういった問い合わせ内容が来るのかというのが把握できています。そこで顧客に合わせた対応を実施しています。



話しかけbot(MAツール)をフル活用

レンタルは、使い方が分からないまま注文されるお客様が非常に多くて完全に新規や離脱しそうなお客様に対しては前もってポップアップが出るように設定し、”最初にご利用ガイドをご覧ください”というポップアップを出すようにしていました。そしてサポートbot(チャットボット)からオペレーターに繋がったお問い合わせの中で2割~3割のお客様は製品の購入に繋がっています。



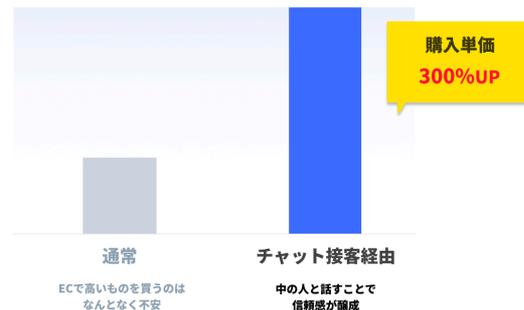
100万円以上の高単価商材も、オンライン接客で購入に繋げる。 チャット経由の購入単価は300%アップ！

TRICERA（トライセラ）は、世界中のアートが買えるグローバルプラットフォームです。

- ①UIがシンプルで使いやすい
- ②スマホアプリがあるのですぐに対応できる
- ③日本語、英語、韓国語に対応していて越境ECとして使いやすい
- ④お客さん側のUIも親しみを持てるので、相談へのハードルが下がるなどの理由から、チャネルトークを導入。

オンライン接客をしたことで、120万円のアート作品の購入に繋がったことも。30万円以上の作品に関しては、お客様も高い金額で購入いただく分、購入前に相談いただくケースが多いです。

お客様の心理的に「高いからこそ、購入前に相談したい」→「チャットで相談できる」→「安心して購入」の流れになっている気がするので、チャット導線は今後も外せませんね！



[詳しく読む→](#)



TRICERAのチャット接客術

相手が思わず質問したくなるような会話を心がける

「この作品は、〇〇の素材を使っています」とお伝えすることで「その素材には、どんな特徴があるんですか？」と質問を頂けるようになります。その他にも「どれくらい人気のある作家ですか？」「作品の価値は上がっていくと思いますか？」などの質問を頂き、作品と作家の魅力を整理してお伝えすることで、お客様の心を揺さぶることができ、購入頂きました。

顧客を想像しながら対応する

問い合わせしてきている国やメールアドレス・言葉遣いから、お客様の顔を想像しながら会話を実施。

チャットサービスを単なるサポートサービスではなく「体験価値を提供する重要なサービス」だと考えているとのこと。一人ひとりを大切にしながらチャットで会話をすることで、「対話から心を揺さぶられた」「作品の想いを感じられた」など体験として価値を感じてもらうことができ、購入につなげることができます。



ミレニアル世代のファンとの距離が接近！

メールからチャットに完全移行で、問い合わせ対応時間も75%短縮

約30万フォロワーを超えるインスタメディア「古着女子」を運営しながら、『9090』をはじめ『centimeter』『My Sugar Babe』など、複数のアパレルD2Cブランドを展開している株式会社yutori。

会社としては株式会社ZOZOと資本提携を締結するなど成長し続けてきました。成長の裏側では、1日の問い合わせ件数は全ブランドあわせて約200件を超えていたのです。CSチームの役割は、お客様の問い合わせ対応だけではありません。

お客様の声を聞いて、根本的な課題解決（物流やサイトの改善）を行うことも重要になります。改善活動を行う時間を確保するためにも「お客様自身で自己解決できる導線を用意する」「本当に困っているお客様からの問い合わせにタイムリーに返信できる」ためのチャネルトークを導入し、漏れなく顧客に喜ばれる対応を実現しています。

yutori





Yutoriのチャット接客術

「ファン目線」を大切にメールからチャット に完全移行。yutoriらしさを追求する

Yutoriのバリューの一つに「ファン目線」があります。yutoriではお客様のことを「ファン」と呼んでいます。洋服が好きな人と、私たちが好きなものが交わるもののお客様と定義した際、ファン目線で考えると、ファンのメイン層が高校生や大学生なので、メールよりもチャットの会話の方が慣れていきます。メールよりも圧倒的に距離が近く、yutoriらしさが伝わる絵文字も用いて行えるチャットで、これからもファン目線を意識してコミュニケーションを実践しています。

社内会話機能を用い、同じチャットルームで 会話・問題解決をスムーズ

何か困ったときには社内会話機能を用い、同じチャットルームで会話をし、問題解決をスムーズに行っています。誰が問い合わせ対応を行っているか担当者もはっきり分かるため、問い合わせ内容に関して、メンバーにフィードバックできる仕組みも構築できています。



ジョンマスターオーガニックがチャット接客でオンラインストアでの購入につなげる

厳選されたオーガニック&ナチュラル成分を贅沢に使用したヘアケア、ボディケア、スキンケア商品を展開しているジョンマスターオーガニック。全国に約70店舗を展開している中、コロナの影響で来店が難しくなったお客様にも、オンラインストアで店舗同様の購入体験を実現するため、チャネルトークを導入いただきました。

チャットを導入したところ、シャンプーやコンディショナーなど製品の選び方、ギフト用の商品の選び方のご質問をいただくことが増えました。「何歳から使えますか?」「妊娠していても使えますか?」といったすぐにお答えできる問い合わせから「5000円くらいでプレゼントをしようと思っているけれどオススメありますか?」や、「どんな商品が自分に合うかわからない」といったご相談をいただくケースも。

顧客に合わせたコミュニケーションを行なっていることから購買増加に寄与しています。

john
masters[™]
organics





ジョンマスターオーガニックのチャット接客術

丁寧なヒアリングを行い、 商品のご提案・購入に繋げる

ご相談の場合は丁寧なヒアリングを大切にしています。「どのような方にプレゼントを贈る予定ですか？」とプレゼントを受け取る方の嗜好性をお尋ねしています。自分に合う商品を探されている方には、髪のお悩みや頭皮のお悩みについて答えてもらいやすいように、「具体的なお悩みを教えてください。例えば... (乾燥が気になる) (ボリュームが出にくい) などがあればおっしゃってください」など、回答いただきたい例文をお伝えしています。

注文履歴などを見ながらオンライン接客

ジョンマスターオーガニックのECサイトはShopifyで構築していますが、Shopifyの会員情報をチャネルトークで連携できるので、注文履歴などを見ながらオンライン接客をすることができます。購入履歴があれば、既に購入いただいている商品との違いを説明することもでき、より具体的な商品の提案が可能です。

＼お気軽にご質問・ご相談ください！／

14日間の無料トライアルも実施中です👉



チャンネルトークと検索でもOK

<https://channel.io/ja/pricing>

THANK YOU.

