

オンライン小売企業のベストプラクティス

ウェブパフォーマンスとモバイルパフォーマンスを

通じてコンバージョン率と

ユーザー体験を最適化する方法



数ミリ秒が収益を大きく左右する

遅延は命取りです。わずかでも発生すれば、多額の収益を失うことになります。数ミリ秒が収益を大きく左右しかねません。

オンライン小売企業を利用する現在の顧客には、無駄にできる時間も忍耐力もありません。質の高い、信頼できる購入体験を求めています。一言で言うと、まったく待たされることのない購入体験を求めています。その期待に応えることができなければ、つまり、1秒以下の応答時間を実現して、コンテンツ、製品、アプリに瞬時にアクセスできる環境を提供しなければ、競合他社のWebサイトに移動して、そちらで購入することになります。

昔から言うように、第一印象を示す機会は一度きりなのです。そして、オンラインショッピングにスマートフォンなどのポータブルデバイスを使用するユーザーが増えている現在、この傾向はますます強くなっています。

収益、顧客トラフィック、カート離脱、直帰率、セッションの長さのいずれについても、Webサイトの成功を左右する最大の要因はスピードです。スピードこそが質の高い購入体験をもたらします。ページを高速化すれば、ユーザー体験が向上します。ユーザー体験が向上すれば、コンバージョン率が改善し、収益性が増大します。そしてこれが現在話題の「オムニチャネル戦略」のための基盤となり、店舗体験、モバイル体験、ソーシャル体験、デスクトップ体験の緊密な連携が実現します。

Webサイトのパフォーマンスを最適化することで、オンライン小売企業はユーザー体験を直接改善し、エンゲージメントとブランドロイヤルティ（サイトの利用時間、ショッピングカート内の商品数／総額、再訪頻度）を強化できます。

どうすれば、ピーク時期やイベント時期にユーザー数が増加しても質の高いユーザー体験を一貫して提供できるのか？ どうすれば、ユーザーの再訪、コンテンツの利用、商品の購入、友人との共有を促進できるのか？ 答えは2つあります。1つは、本稼働前に負荷テストを入念に実行して、予測可能な中断、遅延、障害を防止することです。もう1つは、本稼働後に実際のユーザー体験をリアルタイムでモニタリングして、予期せぬ事態が発生した際には迅速に発見／対応し、手遅れになる前に修正措置を講じることです。

オンライン小売企業のベストプラクティス：ウェブパフォーマンスとモバイルパフォーマンスを通じてコンバージョン率とユーザー体験を最適化する方法

Webサイトのパフォーマンスを最適化することで、オンライン小売企業はユーザー体験を直接改善し、エンゲージメントとブランドロイヤルティ（サイトの利用時間、ショッピングカート内の商品数／総額、再訪頻度）を強化できます」

本稼働前：パフォーマンステスト

サイトを立ち上げる（またはピーク時期に備えてサイトを大幅に改良する）際には、事前に開発チームとテストチームが新しい販売環境の応答性をテストして、質の高い購入体験を提供できることを確認しなければなりません。しかし、世界的なオンライン企業のアプリは規模が大きいため、数千人もの同時ユーザーの負荷を再現してパフォーマンステストを実行するのは困難です。

また、パフォーマンステストが1回で済むことはまずありません。通常は、前回のテスト結果を踏まえて、追加のテストを連続して実行します。Akamai CloudTest を使用すれば、高負荷のパフォーマンステストを連続して実行できます。リアルタイムの分析、視覚的なテスト作成環境、Global Test Cloud の動的プロビジョニング、テストの開始/停止/一時停止/再開などの機能を通じて、反復性のあるテストプロセスを柔軟かつ速やかに実行できます。

また、パフォーマンステストに要する時間とコストも削減できます。本稼働前に実行する一連のテストにすべてを賭けるのではなく、開発ライフサイクル全体にわたって包括的なテストを実行することで、パフォーマンス、信頼性、高速性に優れたオンライン小売企業アプリを作成し、販売収益を向上できます。

本稼働後：リアル・ユーザー・モニタリングの重要性

本稼働後、トラフィックが急増して中断が発生した際には、その事実を速やかに認識する必要があります。オンラインリテールで重要なのは、実際のユーザー体験をタイムリーに把握することです。数日後または数週間後にレポートを取得しても、失った販売機会は取り返せません。パフォーマンスが標準以下にまで低下している場合は、手遅れになる前に措置を講じる必要があります。

これまで、本稼働後のパフォーマンス改善については、バックエンドサーバーの安定性と拡張性が重視されてきました。これらは現在でも重要です。しかし、（小売企業の顧客が最も重視する）ページ読み込み時間の80～90%はフロントエンド（ブラウザ）で発生しています。そのため、実際のユーザー体験をテストおよび測定することが極めて重要です。リアル・ユーザー・モニタリング（RUM）により、ページ読み込み時間とユーザーエンゲージメントとの相関関係を数値化できます。これにより、パフォーマンスを最適化して収益性を改善するための方法を特定できます。

オンライン小売企業のベストプラクティス：ウェブパフォーマンスとモバイルパフォーマンスを通じてコンバージョン率とユーザー体験を最適化する方法

リアルタイムの分析、視覚的なテスト作成環境、Global Test Cloud の動的プロビジョニング、テストの開始/停止/一時停止/再開などの機能を通じて、反復性のあるテストプロセスを柔軟かつ速やかに実行できます！



Akamai の mPulse RUM ソリューションでは、小売企業が最も重視するパフォーマンス指標とエンゲージメント指標を取得して集計できます。これらのデータをリアルタイムで取得できるため、実際のユーザーインテリジェンスに基づいて、パフォーマンスと収益との相関関係を把握できます。その結果、速やかに措置を講じて、重要な情報を開発ライフサイクルにフィードバックできます。

成否を左右するのは適時性です。何よりも重要なのは最新の指標を取得することです。そのため、mPulse の分析では実際のユーザー体験からリアルタイムで情報を収集します。さらに、mPulse は直感的に操作でき、正確性にも優れています。統計分析の重要なデータを取得して、ニーズに応じてデータの表示方法をカスタマイズし、説得力のある明快な形で結果を視覚化できます。

これらの指標は、オンラインリテールサイトやその他のコンシューマー向けサイトにとって、どのような意味を持つのでしょうか？たとえば、特定のページだけ離脱率が高かったり、サイト内でコンバージョン率に差があったりする場合があります。または、アプリのダウンロード件数は多いのに、アプリの使用率が低い場合があります。これらの指標はいずれも、ユーザー体験とユーザーエンゲージメントに問題があることを示しています。そして多くの場合、直接の原因は、サイトの技術的なパフォーマンスにあります。Akamai の mPulse RUM ソリューションを使用すれば、サイトのパフォーマンスと訪問者のふるまいとの相関関係を特定し、即座に修正および最適化できます。

リアル・ユーザー・モニタリング (RUM) により、ページ読み込み時間とユーザーエンゲージメントとの相関関係を数値化できます。これにより、パフォーマンスを最適化して収益性を改善するための方法を特定できます」

オンライン小売企業のベストプラクティス：ウェブパフォーマンスとモバイルパフォーマンスを通じてコンバージョン率とユーザー体験を最適化する方法

4

トラフィックの急増は不可避

サイトのトラフィックが常に安定しており、一貫性があり、予測可能であれば、オンラインリテール計画は比較的容易に策定できるかもしれません。しかし、実際はそうではありません。ターゲット市場とビジネス戦略によっては、年間を通じて、さまざまな内的／外的イベントに応じてトラフィックが急増することがあります。これは何もホリデー商戦に限った話ではありません。企業によっては、夏の旅行シーズンに突入するとトラフィックが増加する場合があります。または、大規模なスポーツイベントの開催、新学期の開始、毎週／毎月のキャンペーンの実施などによって、トラフィックが増加する場合があります。

形態や理由はさまざまですが、「トラフィックの急増は不可避」なのです。したがって、そのための備えも不可欠となります。収益や利益の大部分は、このピーク時期に生じるため、備えが不十分だと大きな損害を被ることになります。

サイトのパフォーマンスが極めて重要なのは周知の事実です。にもかかわらず、一流のオンライン小売企業のサイトでさえ、ピークトラフィック時には、明らかな（そして場合によっては損失をもたらす）パフォーマンス問題が発生することがあります。Akamai は、昨年のサイバーマンデーにおける世界のモバイル・セッション・トラフィックを分析しました。その結果、コンバージョン率が最大（4.75%）に達するのは、ページ読み込み時間が 3.3 秒のときだと判明しました。ページ読み込み時間が 1 秒増えると、コンバージョン率は 3.52% に低下します（26% 減）。つまり、ページ読み込み時間が遅いと、ユーザーとその購入傾向に悪影響が生じるということです。

トラフィックの急増への備えは不可欠です。そして、ピーク時期に対応するためには、十分な準備期間を通じて、卓越したパフォーマンスをサイトに「組み込む」必要があります。

しかし、アプリケーション環境は絶えず変化します。アジャイル開発環境では、何か月間にもわたって機能変更を凍結し続ける余裕はありません。仮にアプリケーション要素のコード変更を凍結できたとしても、ユーザー体験に寄与するサードパーティのコンポーネント（CDN、ショッピングカート、支払システムなど）の変更の影響を受けることになります。

当然のことながら、これは簡単に解決できる問題ではありません。ピーク負荷時においても高速のパフォーマンスを維持するためには、サイトの本稼働前と本稼働後にパフォーマンステストを実行する必要があります。



Akamai のオンライン小売企業向けパフォーマンス価値提案

Akamai は、小売、メディア、エンターテインメントの Web サイト上で販売を行う企業向けに、ビジネスマネージャーとパフォーマンスエキスパートの両方にとって魅力的な価値提案を提供しています。

- **迅速なテストと迅速な展開**：コーディング不要で迅速にテストを作成し、クラウドベースの負荷サーバーを世界中に数分で展開。社内環境またはクラウドで継続的にテストを実行しながら、即座に結果を分析できます。
- **ライフサイクル全体をカバー**：開発ラボから本稼働まで、ライフサイクル全体をカバー。単一のソリューションで内外のトラフィックに対応し、あらゆる規模の環境をテストできます。特定した問題を解決して、繰り返しテストを実行できます。
- **現実的なテスト**：Akamai ソリューションでは、数百～数百万人ものユーザーに基づいてテストを実行し、実際のニーズに対応できます。実際のユーザーのふるまい、タイミング、ペース、規模をモデル化することで、本稼働環境のストレステストを正確に実行できます。
- **低コストのテスト**：Akamai ソリューションでは、そのとき必要なものに対してのみ料金を支払います。テスト用ハードウェアの購入やプロビジョニングは不要です。Akamai のクラウドアプローチにより、テスト前の準備時間を短縮できます。高額な保守費用も発生しません。
- **ソースからの情報**：Akamai ソリューションにより、ウェブ/モバイルアプリケーションのパフォーマンスがユーザーのふるまいに与える影響を詳細に把握できます。これにより、アプリケーションのパフォーマンスを微調整および最適化し、顧客維持率、コンバージョン率、収益率を改善できます。ウェブ/モバイルパフォーマンスの真のコストを数値化することで見落としがちな盲点を解消できます。イベント発生時には、発生から数秒以内で報告されるため、リアルタイムの分析に基づいて戦略的/戦術的意思決定を行えます。
- **パフォーマンス指標の迅速な取得**：Akamai の分析では、大規模なデータセットを活用して、ビジネス指標との重要な相関関係を把握できます。ユーザー数にかかわらず、すべてのユーザートラフィックを100% キャプチャできるため、ビジネスに関する包括的な知見を獲得できます。この分析により、コンバージョン率の改善に取り組み、ユーザーのさまざまなパターンやふるまいに対する理解を深めることができます。
- **実用的な知見**：カスタマイズ可能なダッシュボードと標準のデータビューにより、最も重要なデータを表示し、そのデータに基づいて行動できます。Akamai によって誤検知が抑制されるため、最も影響の大きい領域にリソースを注力できます。

オンライン小売企業のベストプラクティス：ウェブパフォーマンスとモバイルパフォーマンスを通じてコンバージョン率とユーザー体験を最適化する方法

Akamai は、ビジネスマネージャーとパフォーマンスエキスパートの両方にとって魅力的な価値提案を提供しています」

これからの小売企業に求められるパフォーマンス

小売企業の戦略担当者と商品販売のプロフェッショナルにとって、ウェブショッパーとモバイルショッパーに優れたパフォーマンスを提供することは必要不可欠です。優れたパフォーマンスがなければ、質の高いユーザー体験、好意的な評判、ブランドとしての価値、顧客ロイヤルティを確立できず、購入してもらえません。世界中のどのオンライン小売企業であろうと、市場が求めるパフォーマンスを達成できなければ、成功は望めません。

さらに、影響はそれだけにとどまりません。パフォーマンス不足による第一の影響は売上の損失です。顧客を失うことの損害を数値化するのは困難ですが、その影響は誰の目にも明らかです。

しかし、負けず劣らず重要なのが第二の影響、つまりは評判／ブランドに対する損害です。サイトのパフォーマンスに問題があると、不満を持つ訪問者が競合サイトにすら替えするだけでなく、ソーシャルメディア上で不満を公に表明します。この不満が瞬時かつ広範囲に拡散することで、ブランドに傷が付き、無数の潜在顧客を失うことになります。

クラウドコンピューティングを活用した Akamai ソリューションにより、大規模なコンシューマー向けウェブ／モバイルアプリケーションのテストを迅速かつ低コストで実行できます。この実証済みのクラウド型テストテクノロジーは、従来のパフォーマンステストの技術や手法では不可能だったことも可能にするため、現代の大手小売サイトにも対応できます。さらに、オンライン小売企業は、サイトの高速化を通じて、コンバージョン率や顧客ロイヤルティ、収益を向上させて、戦略目標を達成できます。



パフォーマンステストにおける小売企業サイトの重要要素

- ピーク時のテスト
- リアルタイムで分析して行動する
- 常にユーザー体験を考慮する
- すべてをモニタリングする
- あらゆる事態を想定してテストする
- ホリデーシーズンの直前になってから着手しても手遅れ
- 想定される障害をテストする
- 本稼働後もテストする

Akamai のソリューションにより、オンライン小売企業は、サイトの高速化を通じて、コンバージョン率や顧客ロイヤルティ、収益を向上させて、戦略目標を達成できます」



今すぐテストを開始

Web サイトとアプリの負荷テストの準備は整っていますか？ 詳細については、

[Akamai/com/cloudtest](http://akamai.com/cloudtest) をご覧ください。

[詳細はこちら](#)



Akamai は世界中の企業に安全で快適なデジタル体験を提供しています。Akamai のインテリジェントなエッジプラットフォームは、企業のデータセンターからクラウドプロバイダーのデータセンターまで広範に網羅し、企業とそのビジネスを高速、スマート、そしてセキュアなものにします。マルチクラウドアーキテクチャの力を拡大させる、俊敏性に優れたソリューションを活用して競争優位を確立するため、世界中のトップブランドが Akamai を利用しています。Akamai は、意思決定、アプリケーション、体験を、ユーザーの最も近くで提供すると同時に、攻撃や脅威は遠ざけます。また、エッジセキュリティ、ウェブ/モバイルパフォーマンス、エンタープライズアクセス、ビデオデリバリーによって構成される Akamai のソリューションポートフォリオは、比類のないカスタマーサービスと分析、365 日/24 時間体制のモニタリングによって支えられています。世界中のトップブランドが Akamai を信頼する理由については、www.akamai.com/jp/ja/、blogs.akamai.com/jp/、Twitter の [@Akamai_jp](https://twitter.com/Akamai_jp) でご紹介しています。全事業所の連絡先情報は、www.akamai.com/jp/ja/locations.jsp をご覧ください。公開日：2019年5月。

オンライン小売企業のベストプラクティス：ウェブパフォーマンスとモバイルパフォーマンスを通じてコンバージョン率とユーザー体験を最適化する方法