

# 成功事例 アクセス回数連動（食料品篇）



## 課題

**【サイト浮遊層の取り込みとリピーター化】**  
 直帰率が高く、1日の平均売上任数が2~3件と、なかなか売上が伸びない。また、一度購入した後にリピーターとなるお客様が少ないため、売上が安定しない。

## 施策

- 【アクセス回数によって表示するバナーを変える】**
- ①初回アクセスの方には、**バナーA**を表示  
 「リニューアルオープン中」というバナーを表示することで、平均5秒で離脱すると言われる初回訪問者の興味を惹きつけ、PV数を増やした。
  - ②2回目以降アクセスした方には、**バナーB**を表示  
 「安いには訳があるんです。」というバナーを表示し、訳あり商品のページに誘導。  
 月間の想定検索数10万回以上の「訳あり」という需要の高い商品の詳細ページに誘導することで、サイト浮遊層の深層ニーズに訴えた。
  - ③5回目以降アクセスした方には、**バナーC**を表示  
 「大切な方への贈り物」というバナーを表示し、訳あり商品(3,500円)のギフト用商品(4,200円)ページへ誘導。  
 自宅用で購入したお客様が、ギフト用として再度商品を購入するようになり、5%程度のリピーター率が10%に伸びた。  
 お中元シーズンのギフト需要を利用し、大きく売上が伸びた。

### バナーA



### バナーB



### バナーC



## 結果

サイト浮遊層の取り込みとリピーター化が成功し、売上任数は4倍以上に伸びた。  
 <導入前> サイト全体の1日売上任数: 2~3件  
 <導入後> 訳あり商品の1日の売上任数: 8~10件 (2ヶ月間で約480件) ※お中元シーズンのギフト用商品 (4,200円) 販売件数: 144件 (月間)