

消費者の検索行動の変化

あらゆるチャンネルで情報収集をします

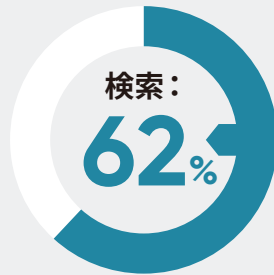
検索するタッチポイントの広がり

検索エンジン、マップやSNS、音声検索、ECサイトやウェブサイトなど、さまざまなチャンネルでユーザーが情報を得ることができるようになった現在、企業やブランドの公式の情報にたどり着くことが少なくなっています。



企業のウェブトラフィックの62%が検索から

企業のウェブトラフィック
流入元



※Yext調べ

ウェブサイトへの流入経路として重視されるのが、検索エンジンからの自然検索です。企業のウェブサイトへのトラフィックの62%が検索から発生しています。「検索して情報を探す」というのが当たり前になりました。

検索の70%が3ワード以上の組み合わせ

70%の検索が3ワード以上で構成された購買意欲の高い検索です。単体ワードと比べて、3ワード以上の組み合わせでの検索のコンバージョン率は2.5倍にもなります。

※Conductor社のレポート



こうした課題を解決するYext(イエクスト)とは

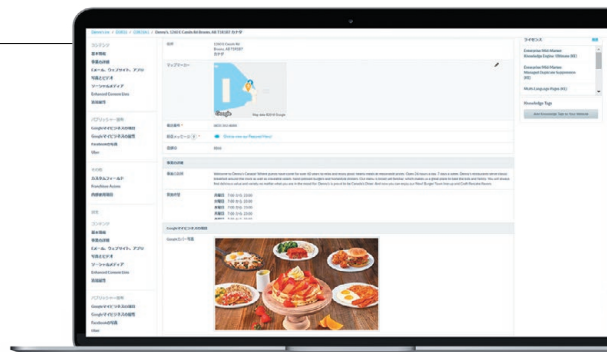
Yext Search Experience Cloud

Yext Search Experience Cloudとは、企業ウェブサイト、検索エンジンやマップ、SNS、音声検索など、さまざまな検索チャンネルに対応したクラウド型のマーケティングプラットフォームです。顧客が検索した時に企業やブランドの正確で公式な情報を届けることで、ブランドエンゲージメントを高めビジネス機会を創出します。

knowledge graph

検索に最適化した形で、自社の情報を一元管理するクラウド型プラットフォーム

- 製品やサービス、実施中のキャンペーン、イベント、FAQ、店舗情報など、顧客が検索するであろう自社の情報を「構造化」して管理
- 多言語対応



TOPIC 消費者へ優れた検索体験を提供するには、「構造化」がカギ

Knowledge Graphは、Googleが理解しやすいデータ構造になっています。そのデータ形式を「構造化」といいます。情報を単に保管するのではなく、情報に意味付けをし、情報の相互関係や属性を整理整頓して保存します。例えば、会社名、住所などの情報を、単なる文字列としてではなく、それが何の情報かという意味付けをして、検索された際に情報を呼び出しやすいよう整理整頓しておくことができます。



pages

Google検索に最適化されたランディングページの構築・運用

- Knowledge Graph上で自社の情報を追加、更新することで、構造化されたランディングページを自動生成・更新
- Google検索に最適化した「見つけやすい」ランディングページに
- モバイル対応



listings

店舗情報をGoogle、Appleなどの検索サービスへ一括配信

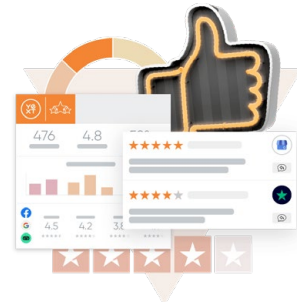
- Google、Apple、Facebookをはじめとする175以上の検索エンジン、マップ、SNSへ店舗情報を一括配信
- インターネット上に散在する企業の店舗情報を企業自身が管理することが可能



reviews

Google、Facebookなどや自社サイト上に寄せられる口コミを収集・分析・返信

- Google、Facebookなどや自社サイト上の口コミを一括管理
 - ブランド全体、エリアまたはフランチャイズ別などで口コミを分析することが可能
- 口コミへの返信機能





顧客が求める答えをダイレクトに届ける、次世代のサイト内検索

ウェブサイトでの検索精度と検索体験を向上させ、Googleのようなリッチな検索体験を提供するサイト内検索です。Yext Answersは、入力された検索ワードから検索意図を理解し、ページリンクの羅列ではなく、ユーザーが求める答えを検索結果に直接表示します。

ワンストップな検索結果でサイトからの離脱、機会損失を防ぐ

ウェブサイトではしい情報が見つからない場合、ユーザーはサイトから離脱し、Googleに逆戻りして、検索し直すことが多く見られます。その結果、他のサイトにユーザーが流出してしまう可能性が高まり、機会損失が生じています。Yext Answersは、ユーザーがピンポイントでほしい情報にたどり着けるようにすることで、サイトからの離脱を防ぎます。

コンバージョン率の向上やサポートコスト削減が可能

CTA(Call To Action)を検索結果に設置できるので、購買、予約、来店などを効果的に促します。また、ユーザーはセルフサービスで課題解決ができるようになるので、コンタクトセンターのサポートコストの削減も実現できます。

Yext Answersの主な機能

1 ユニバーサルな検索

ユーザーはサイト内を横断的に検索できます。ユーザーが求めているであろう情報をカテゴリー（製品、イベント、店舗、FAQなど）ごとに表示

2 答えをダイレクトに表示

従来のサイト内検索のようにページリンクを羅列するのではなく、答えをダイレクトに表示

3 コンバージョンの促進(CTAの設置)

検索結果には、ECでの購入や来店予約など、CTAを設置することが可能

4 顧客インサイトを提供

ユーザーがどのような検索をしたか、検索結果をクリックした数、収益の高かった検索ワードは何なのかといったデータは、Yext Answersの管理画面で確認が可能



化粧品メーカーをイメージしたYext Answersの検索結果画面



検索のトラフィック分析機能

- 競合とのロコミ比較分析
 - 競合との検索シェア比較分析
 - インプレッション/CTA分析
 - 利用デバイス



ご利用中のアプリケーションとの自動連携

- 既にご利用中のアプリケーションとの連携が可能
 - Salesforce、Zendesk、Domo、HubSpot など多数



今、Yextが注目される理由

検索は、プル型マーケティングの手法の1つです。

プル型マーケティングとは、見込み客が企業やブランドに対して自発的にアプローチしてくるよう仕掛ける戦略です。プルとは「見込み客を惹きつける」ことを指します。検索は、プル型マーケティングの手法の1つです。検索を強化することで、顧客が検索した、最も行動を起こす可能性の高い瞬間に効果的にアプローチでき、自然な形でプロモーションが可能です。

Yextが提供するメリット



トラフィックの獲得



検索体験の向上



業務効率化



コンバージョン率の改善

Yext(イエクスト)概要

検索のクラウドプラットフォーム、「Yext Search Experience Cloud」を提供。企業やブランドが自社の公開情報をYext Search Experience Cloudで整理、一元管理できるようにし、消費者がどこで検索しても、企業やブランドの公式な答えが届く仕組みを構築する支援をしています。企業やブランドは、あらゆるデジタルタッチポイントで顧客が求める正しい情報を提供できます。

**Fortune 500企業の半数近くがYextを導入
2017年にニューヨーク株式市場に上場、日本法人を設立**

トップブランドからYextは選ばれています



株式会社Yext(イエクスト)

〒105-6308 東京都港区虎ノ門1-23-1 虎ノ門ヒルズ森タワー 8F

Yext

検索