

Amazon、販売事業者様のブランド構築を支援するツールを強化 ～ブランド訴求とお客様のニーズ分析に役立つツールを提供～

Amazon（所在地：東京都目黒区）は、10月12日（水）に開催する Amazon EC サミット(<http://amazon-ec-summit.jp>)において、販売事業者様のブランド構築をお手伝いするツールを発表しました。より分かりやすいブランドの訴求が可能になる「商品紹介コンテンツの比較テスト」や「プレミアム A プラスコンテンツ」の提供を開始したほか、商品単位でマーケティングキャンペーンの効果を計測できる「検索分析ダッシュボード」の機能を強化しました。これらのツールはいずれも、ブランドの保護・構築のサービス「Amazon ブランド登録」に登録されているブランドオーナーの販売事業者様に無料でご利用いただけます。

今回発表したツールの概要は以下の通りです。

「商品紹介コンテンツの比較テスト」

商品紹介コンテンツの比較テストは、より分かりやすい商品の詳細ページを作成することで、お客様の商品購入転換率（コンバージョン率）の向上が期待できる機能です。商品詳細ページ上の商品名やメイン画像、商品紹介コンテンツ（A プラス）の説明文の AB テストを行い、より良い結果が得られたコンテンツを商品詳細ページに自動的に反映させることができます。さらに、Amazon の機械学習によって推奨される商品画像や商品名を確認することができます。この機能を導入した海外の販売事業者様は、商品詳細ページの最適化を図った結果、売上が最大 25%増加しました^{*1}。

^{*1} このデータは Amazon.com が 2022 年 9 月 15 日に発表したプレスリリースの内容に基づきます。

「プレミアム A プラスコンテンツ」

プレミアム A プラスコンテンツは、ブランド構築のために従来から提供していた商品詳細ページに表示される商品紹介コンテンツ「ベーシック A プラスコンテンツ」のアップグレード版です。具体的には、複数のビデオやスライドショー、商品に関する Q&A など、訴求力の高いモジュールが追加され、商品詳細ページの内容をさらに充実することができます。この機能を導入した海外の販売事業者様は、プレミアム A プラスコンテンツを利用したブランド商品の売上が最大で 20%増加しました^{*2}。

^{*2} このデータは Amazon.com が 2022 年 9 月 14 日に発表したプレスリリースの内容に基づきます。

「検索分析ダッシュボード」

検索分析ダッシュボードは、お客様の関心やお買い物傾向についてのデータを確認できる機能です。今回の機能強化により、ブランドオーナーの皆様は検索語句や商品のパフォーマンスデータを、商品単位でご確認いただけるようになりました。これにより、マーケティング活動の効果を簡単に測り、リピート購入や新規のお客様の獲得につなげることができます。

Amazon は、創業当初から中小企業をはじめとする販売事業者様の EC ビジネスを応援するためにさまざまな取り組みを行ってきました。これらのツールは、販売事業者様からのご要望に基づき提供されるものです。Amazon では、ブランドオーナーの皆様が新規のお客様を獲得し、お客様とのエンゲージメントを高め、そしてブランドを構築するにいたるまでをお手伝いできるよう、引き続き利便性の高いツールの提供に取り組んでまいります。

Amazon について

Amazon は 4 つの理念を指針としています。お客様を起点にすること、創造への情熱、優れた運営へのこだわり、そして長期的な発想です。Amazon は、地球上で最もお客様を大切にす企業、そして地球上で最高の雇用主となり、地球上で最も安全な職場を提供することを目指しています。カスタマーレビュー、1-Click 注文、パーソナライズされたおすすめ商品機能、Amazon プライム、フルフィルメント by Amazon (FBA)、アマゾン ウェブ サービス (AWS)、Kindle ダイレクト・パブリッシング、Kindle、Career Choice、Fire タブレット、Fire TV、Amazon Echo、Alexa、Just Walk Out technology、Amazon Studios、気候変動対策に関する誓約 (The Climate Pledge) などは、Amazon が先駆けて提供している商品やサービス、取り組みです。Amazon について詳しくは Amazon Newsroom (<http://amazon-press.jp>) および Amazon ブログ (<http://blog.aboutamazon.jp>) から。