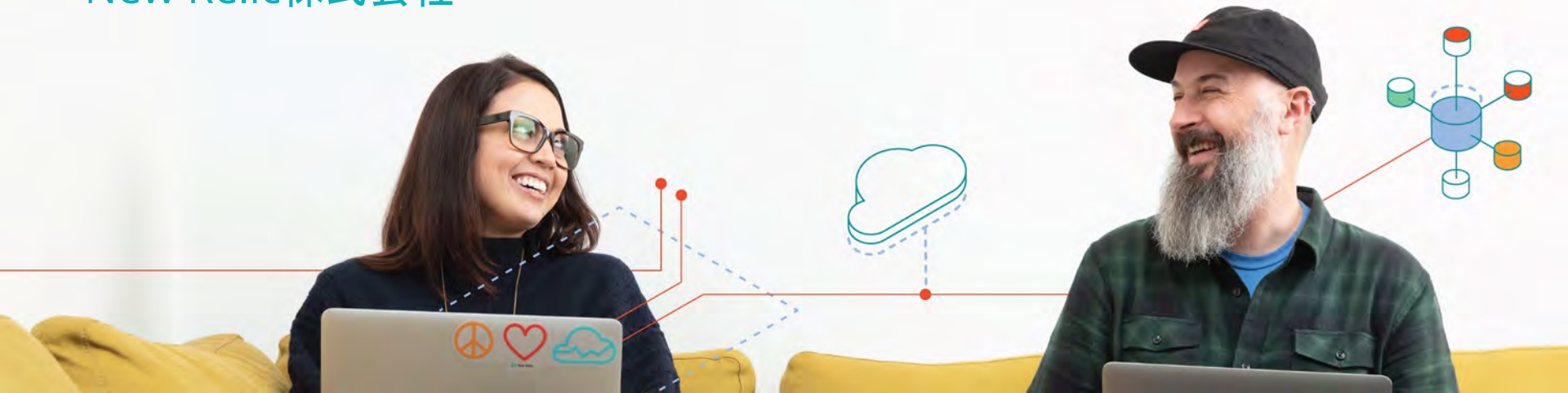


売上に貢献するECシステム運用のポイント

顧客体験を改善・向上するシステムの重要指標

New Relic株式会社




GoToWebinarの活用



本Webinarは質問が可能です。

音声不具合などについても
こちらからご連絡ください。

最後のQ&Aの時間にて
可能な範囲で回答いたします。



The screenshot shows the GoToWebinar control panel interface. At the top, it says "GoToWebinar コントロールパネル". Below that, there's a section for "オーディオ" (Audio) with options for "コンピュータオーディオ" (selected), "音声通話", and "オーディオなし". A red microphone icon indicates "ミュート済み" (Muted). Below the audio settings, there's a "話し中:" (Speaking) section and a "配布資料: 1" (Materials: 1) section. The "質問" (Questions) section is highlighted with an orange border and contains a list of questions and answers: "質問: テストテスト1", "質問: テストテスト" with "回答: 回答回答2", and "質問: テストテスト1" with "回答: 回答回答1". At the bottom, there's a "ここに質問を入力してください。" (Enter your question here.) field and a "送信" (Send) button. The footer shows "TEST西野", "ウェビナー ID 番号 154-610-403", "このセッションは記録中です。" (This session is being recorded.), and the GoToWebinar logo.

本セッションの想定参加者

- ECサイトを自社で構築・運用している事業者
- 自社ECサイトの構築・開発を検討している事業者
- ECサイトのシステム開発・運用に携わるエンジニア

本セッションのゴール

- ECサイトの売上に重要なシステム要件の理解
- ECサイトのシステム運用でのNew Relic活用の理解

Safe Harbor

This presentation and the information herein (including any information that may be incorporated by reference) is provided for informational purposes only and should not be construed as an offer, commitment, promise or obligation on behalf of New Relic, Inc. (“New Relic”) to sell securities or deliver any product, material, code, functionality, or other feature. Any information provided hereby is proprietary to New Relic and may not be replicated or disclosed without New Relic’s express written permission.

Such information may contain forward-looking statements within the meaning of federal securities laws. Any statement that is not a historical fact or refers to expectations, projections, future plans, objectives, estimates, goals, or other characterizations of future events is a forward-looking statement. These forward-looking statements can often be identified as such because the context of the statement will include words such as “believes,” “anticipates,” “expects” or words of similar import.

Actual results may differ materially from those expressed in these forward-looking statements, which speak only as of the date hereof, and are subject to change at any time without notice. Existing and prospective investors, customers and other third parties transacting business with New Relic are cautioned not to place undue reliance on this forward-looking information. The achievement or success of the matters covered by such forward-looking statements are based on New Relic’s current assumptions, expectations, and beliefs and are subject to substantial risks, uncertainties, assumptions, and changes in circumstances that may cause the actual results, performance, or achievements to differ materially from those expressed or implied in any forward-looking statement. Further information on factors that could affect such forward-looking statements is included in the filings New Relic makes with the SEC from time to time. Copies of these documents may be obtained by visiting New Relic’s Investor Relations website at ir.newrelic.com or the SEC’s website at www.sec.gov.

New Relic assumes no obligation and does not intend to update these forward-looking statements, except as required by law. New Relic makes no warranties, expressed or implied, in this presentation or otherwise, with respect to the information provided.

アジェンダ

1. 顧客体験の重要性
2. 快適に買えるECサイトのシステム要件
3. New Relicによる実現
4. まとめ
5. Q&A

アジェンダ

1. **顧客体験の重要性**
2. 快適に買えるECサイトのシステム要件
3. New Relicによる実現
4. まとめ
5. Q&A

社会問題に端を発したEC需要の拡大

- 外出自粛によるEC利用頻度の増加
- 実店舗利用を習慣としていた人がECの利用を開始
- 新規EC事業者の参入による競争激化



出典: ECのミカタ 新型コロナ禍で進むファッション市場のEC移行 リアルショップでの売り上げ減少と対照的にEC利用は拡大 (2020/04/10)

ネガティブなショッピング体験とビジネス影響

- アクセス急増によるサイトダウンで長時間利用できない
- モバイルアプリが頻繁にクラッシュする

5時間で\$775,000

の損失

(2018 Black Friday)

J.Crew

16.5時間で\$11M

の損失

(2019 Thanksgiving Day)

COSTCO
WHOLESALE

3日間で\$15M

の損失

(2018)

BB&T

ネガティブなショッピング体験とビジネス影響

- サイトが重い、商品の画像の読み込み時間がかかる
- リンクが切れている、購入時にエラーになって購入できない

1% の遅延が最大 **7%**

コンバージョン率に影響

Walmart 

出典: Akamai Report – State of Online Retail Performance Spring 2017

長時間待たされた消費者の

79% は二度と戻ってこない

 **radware**

出典: What makes people press the back button, shortly after visiting your Ecommerce store? 2017

快適に買えるという顧客体験が売り上げには重要

実店舗

- 探しやすい商品陳列
- 混雑緩和の人員配置
- 店内の清掃

快適に買える場の提供
が売り上げに貢献

EC

**消費者が快適に買える
“デジタル”な売り場を提供することが
売上を上げるためには必要不可欠**

アジェンダ

1. 顧客体験の重要性
- 2. 快適に買えるECサイトのシステム要件**
3. New Relicによる実現
4. まとめ
5. Q&A

快適に買えるECサイトのシステム要件



可用性：アクセスできるか？



機能性：トラブルなく買えるか？



応答性：快適な速度で利用できるか？

快適に買えるECサイトのシステム要件



可用性



機能性



応答性



クライアント

ユーザサイドの体験や動向の計測

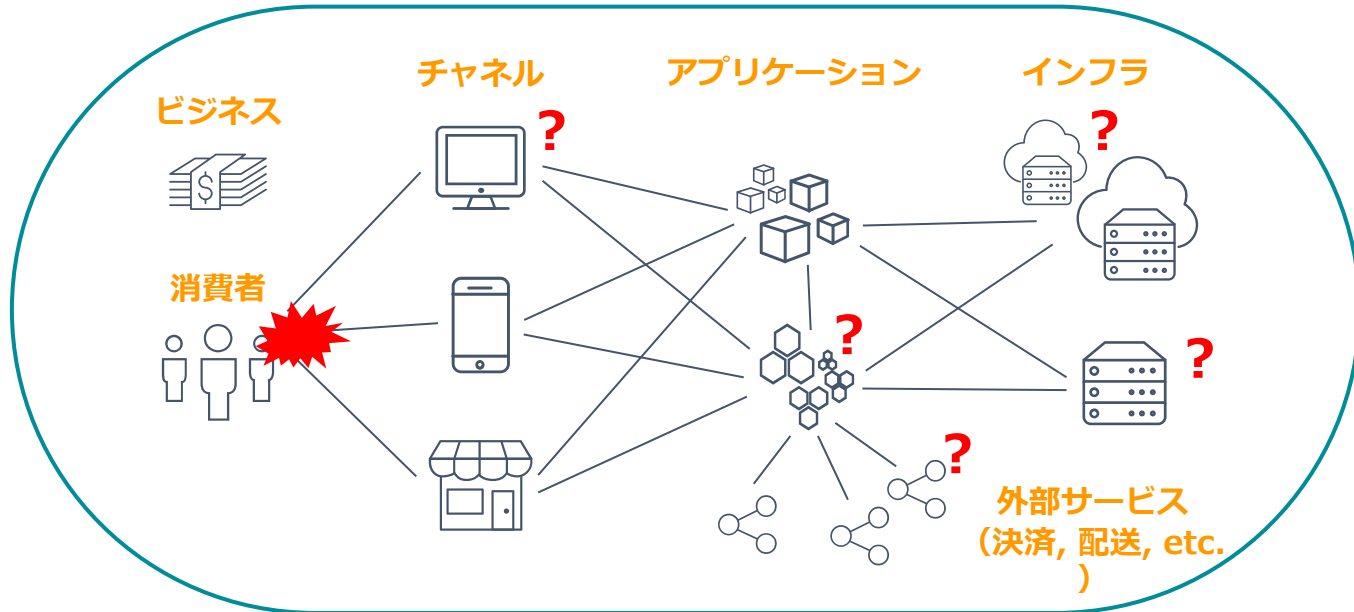


ビジネス

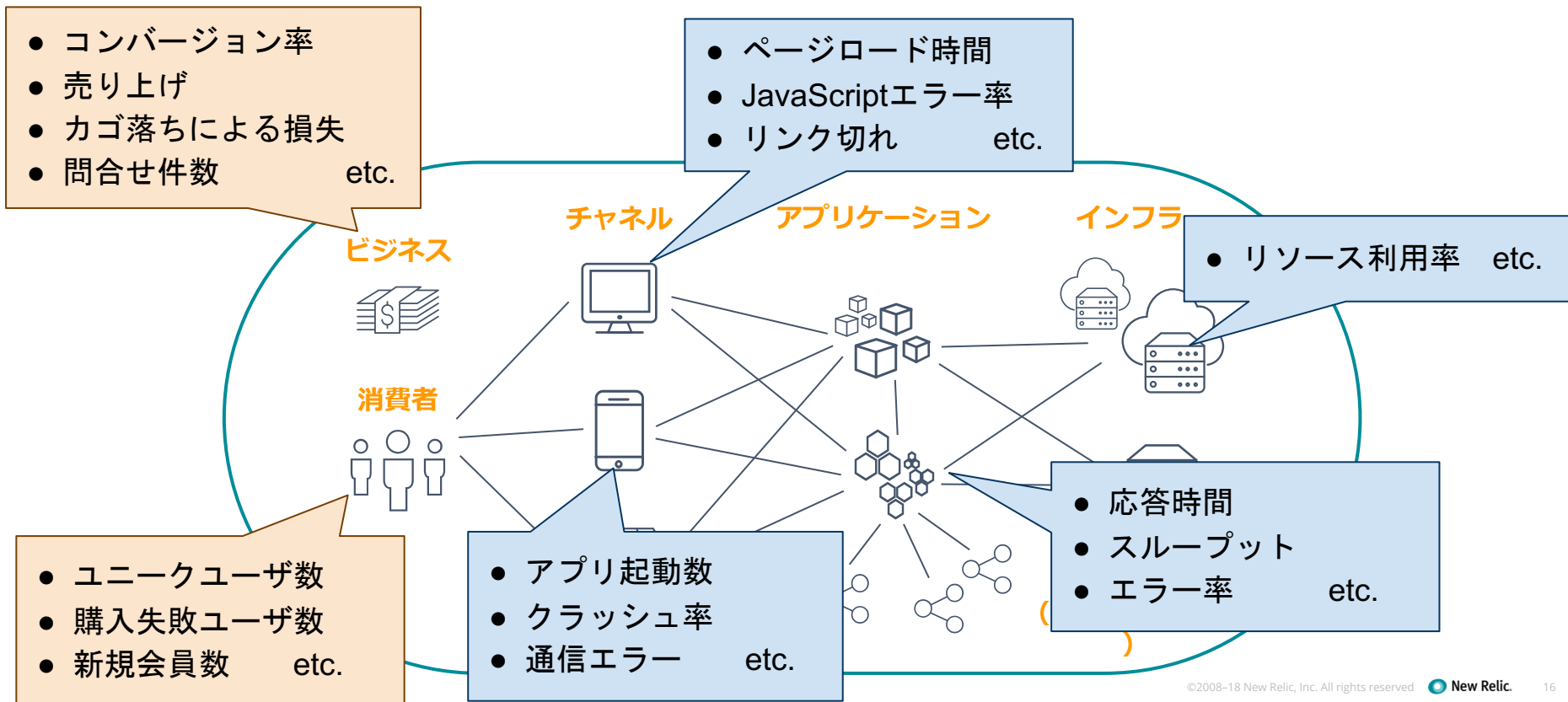
KPI、カスタマージャーニー

How?

システム構成が複雑化する傾向にある中、
ビジネス影響のある問題を迅速に解決する必要がある



見るべき指標も多岐にわたる



エンドユーザー視点でKPIの関連性を探ることが重要

ビジネスKPI

- アクセス数 (UU/PV)
- コンバージョン率
- 売り上げ
- カゴ落ちによる損失額
- 問合せ件数

etc.

エンドユーザー視点

- ユーザ環境 (ブラウザ/
端末/OS/アクセス地域)
- クリティカルパス
(ページ)
- テナント、サービス

etc.

アプリケーションパフォーマンス

可用性

- サイト稼働率
- ブラウザスループット
- モバイルアプリ起動数
- クラッシュ率

機能性

- JavaScriptエラー
- アプリエラー
- 通信エラー
- ワークフローエラー

性能

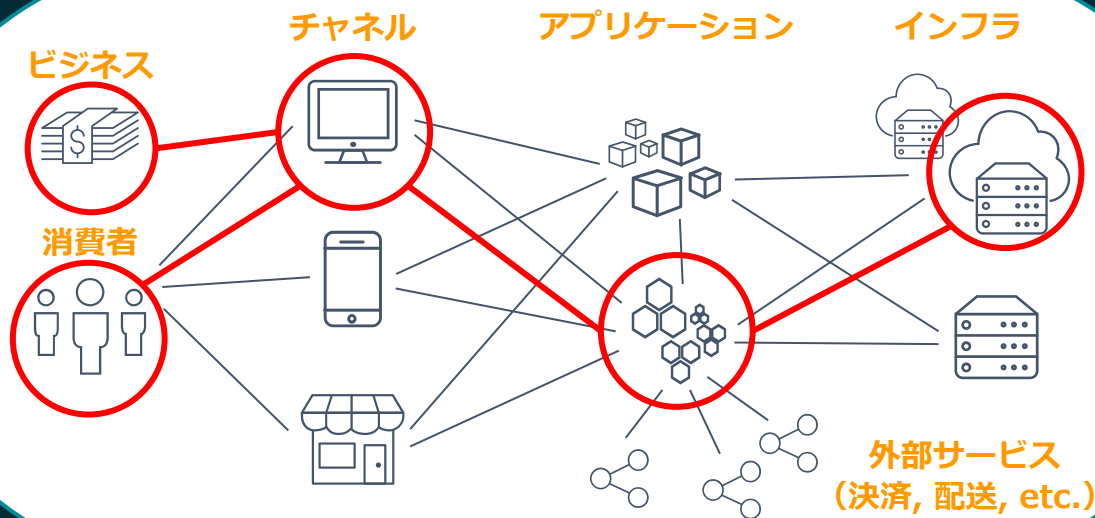
- Apdex (ユーザ満足度)
- ページロード時間
- トランザクション応答時間
- インタラクション時間

etc.

アジェンダ

1. 顧客体験の重要性
2. 快適に買えるECサイトのシステム要件
- 3. New Relicによる実現**
4. まとめ
5. Q&A

ECサイト全体にリアルタイムの可視性を提供



New Relicプラットフォームの構成図

Front-end

New Relic®
BROWSER™



New Relic®
MOBILE™



New Relic®
SYNTHETICS™



顧客視点データの取得

Back-end

New Relic®
APM™

70+

frameworks



python™



Ruby



Public Cloud

OS/On-premise



New Relic®
INFRASTRUCTURE™

New
Relic
Logs

システムデータの取得

Management

New Relic
ONE™ ダッシュボード



New Relic
ONE™ チャートビルダー
(NRQL)

```
SELECT apdex(duration  
FROM PageView facet
```

分析用データ集計

快適なECサイトを実現するための3ステップ

1. 準備



ビジネスの
目標達成に重要な
アプリケーションの
パフォーマンス計測

- アプリケーションの
パフォーマンス計測
- ビジネスKPI計測

2. 観測



アプリケーションの
パフォーマンスと
ビジネスKPIの関連付け

- ダッシュボード作成
- アラート作成

3. 改善



問題解決と
アプリケーションの
パフォーマンス最適化

- 優先度に基づく対策
- 改善効果の計測

デモ

1. モバイルアプリのクラッシュを減らし、利用ユーザ数を増やす
2. プログラムエラーを解決し、コンバージョン率を上げる
3. トランザクションの応答性能を改善し、コンバージョン率を上げる

デモ

1. モバイルアプリのクラッシュを減らし、利用ユーザ数を増やす
アプリケーションパフォーマンス

モバイルクラッシュ率



ビジネスKPI

利用ユーザ数



1. プログラムエラーを解決し、コンバージョン率を上げる
2. トランザクションの応答性能を改善し、コンバージョン率を上げる

デモ

1. モバイルアプリのクラッシュを減らし、利用ユーザー数を増やす
2. プログラムエラーを解決し、コンバージョン率を上げる

アプリケーションパフォーマンス

JavaScriptエラー数



ビジネスKPI

コンバージョン率



1. トランザクションの応答性能を改善し、コンバージョン率を上げる

デモ

1. モバイルアプリのクラッシュを減らし、利用ユーザ数を増やす
2. プログラムエラーを解決し、コンバージョン率を上げる
3. トランザクションの応答性能を改善し、コンバージョン率を上げる

アプリケーションパフォーマンス

トランザクション
応答時間



ページロード時間

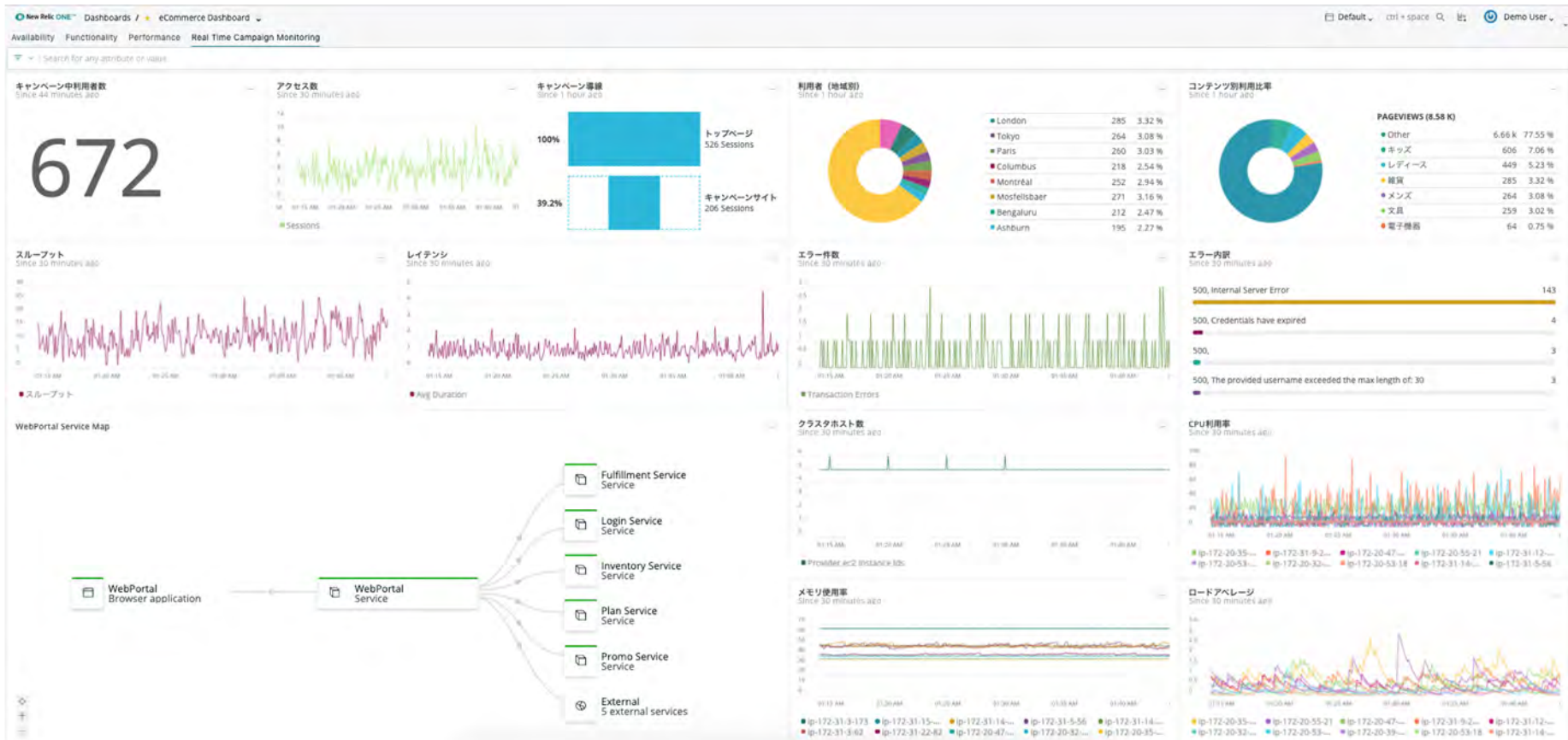


ビジネスKPI

コンバージョン率



キャンペーン中のリアルタイムモニタリング



お客様事例

1k+
グローバル顧客

55%
米トップ20

HAUTELOOK
— AN ORDSTROM COMPANY —

Office
DEPOT

Irish Distillers
Pernod Ricard

lyst

AMERICAN EAGLE
OUTFITTERS



Sportamore

MIGROS

TREK

cafe
press



RENT THE RUNWAY



ocado

BLOOM THAT

mercado
libre

Bringmeister.de
KLEIDER & TRENDSCHMUCK

DUNKIN'
DONUTS

jet

Planet
Sports

babycenter

COSTA



M'O
MODA OPERANDI

go.com

Boozt.com

HAUTELOOK



ダウンタイムを
5週間で80%削減

Webサイト、モバイル
アプリの性能を
最大25%改善



デジタル顧客体験
を改善し、
CVRを39%改善

アジェンダ

1. 顧客体験の重要性
2. 快適に買えるECサイトのシステム要件
3. New Relicによる実現
- 4. まとめ**
5. Q&A

まとめ

- 快適に買えるという顧客体験がECの売上に大きな影響を与える
- 顧客体験は、可用性、機能性、応答性の視点で把握できる
- 可用性、機能性、応答性に関係するシステムサイドの指標をビジネスのKPIを関連づけて観測することがビジネス影響のあるシステム上の問題を特定するのに重要
- New Relicによるフルスタックの可視性によって、ビジネス影響のあるシステムの問題の迅速な解決を可能にする

まとめ

システムサイドから顧客体験を改善することで
ECの売上を向上させることができます

New Relicと一緒にECビジネスを拡大しましょう



Thank you.

