

サイト分析において最も重要な「5項目」とは - The 5 key Areas to Measure -

株式会社アイ・ティ・フロンティア
システム営業統括本部 xWeb事業本部
営業部

坂本 誉

測定すべき5つのキー

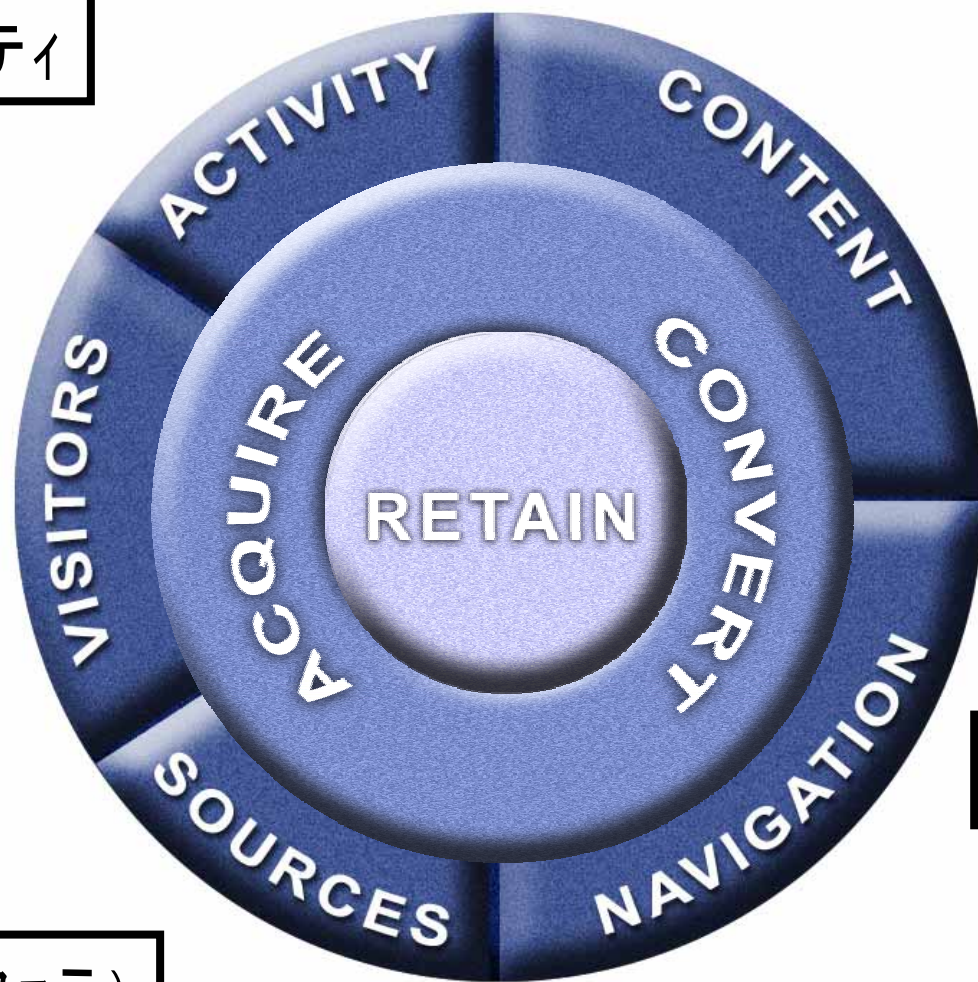
アクティビティ

コンテンツ

ビジター

ナビゲーション

ソース(リファラ)



ACQUIRE
CONVERT
RETAIN

集客

A
C
Q
U
I
R
E

C
O
N
V
E
R
T

R
E
T
A
I
N



集客キャンペーン

ACQUIRE

CONVERT

RETAIN



集客



バナー広告



eメール



ダイレクトメール



テレビ放送



検索エンジン



パートナー



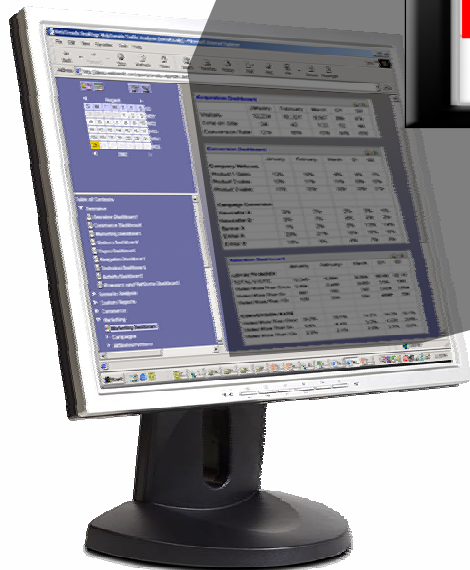
印刷物

集客キャンペーンの分析

A
C
Q
U
I
R
E

C
O
N
V
E
R
T

R
E
T
A
I
N



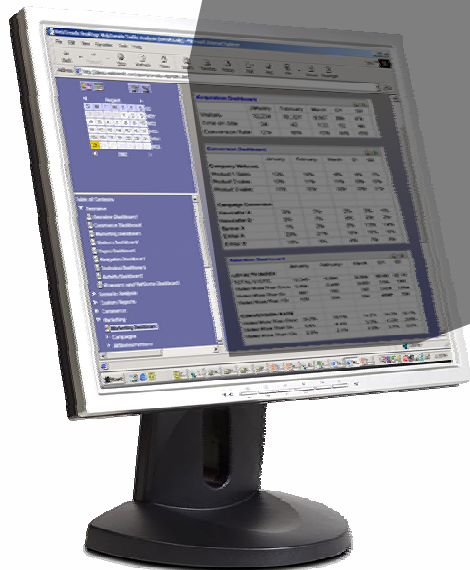
集客の測定

	訪問数	コスト/訪問	訪問頻度	滞在時間
ニュースレター	30,000	\$3.50	2	5:00
印刷物	500	\$20.45	1	3:05
バナー広告	50,000	\$2.50	1	0:58
パートナー	1,000	\$0.50	3	8:45
検索エンジン	40,000	\$1.00	3	8:30
ダイレクトメール	2,000	\$5.65	1	4:55

集客キャンペーンの分析

キャンペーン種別ごとのコンバージョン(購入)率

	訪問数	購入者数	コンバージョン率 %	コスト / 購入者
ニュースター	30,000	6,000	20%	\$18
バナー広告	50,000	2,000	4%	\$62
検索エンジン	40,000	10,000	25%	\$14
ダイレクトメール	2,000	500	25%	\$80



集客キャンペーンの分析

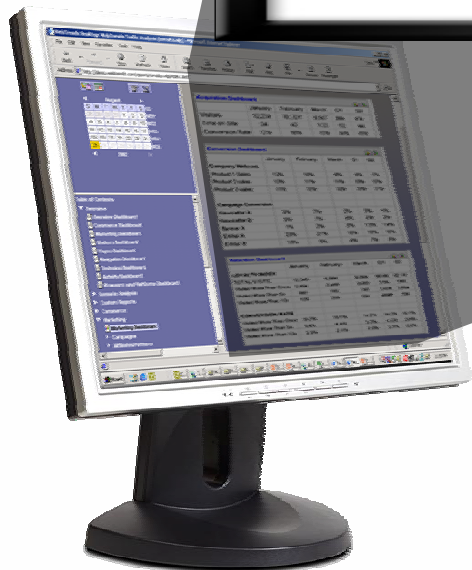
A
C
Q
U
I
R
E

C
O
N
V
E
R
T

R
E
T
A
I
N

特定キャンペーンのコンバージョン率

	訪問数	購入者数	コンバージョン率%	コスト/購入者
Business Wk バナー広告	10,000	500	5%	\$125
InfoWorld ニュースレター	500	30	6%	\$45
Google テキストリンク	20,000	8,000	40%	\$9
Google アドワーズ	10,000	3,000	30%	\$12
Overture プレミアム・リスティング	2,000	500	25%	\$25



修正に対する反応の検証

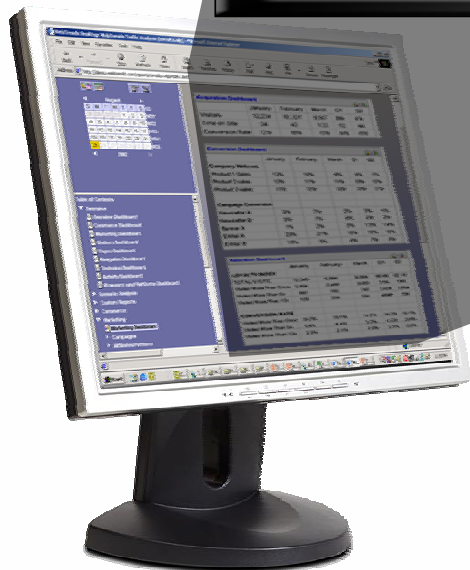
ACQUIRE

CONVERT

RETAIN

特定キャンペーンのコンバージョン率の測定

Google テキストリンク	修正前	修正後	傾向(+/-)
訪問数	20,000	25,000	25%
購入者数	5,000	7,500	50%
コンバージョン率 %	25%	30%	5%
コスト / 購入者	\$14	\$9	-36%



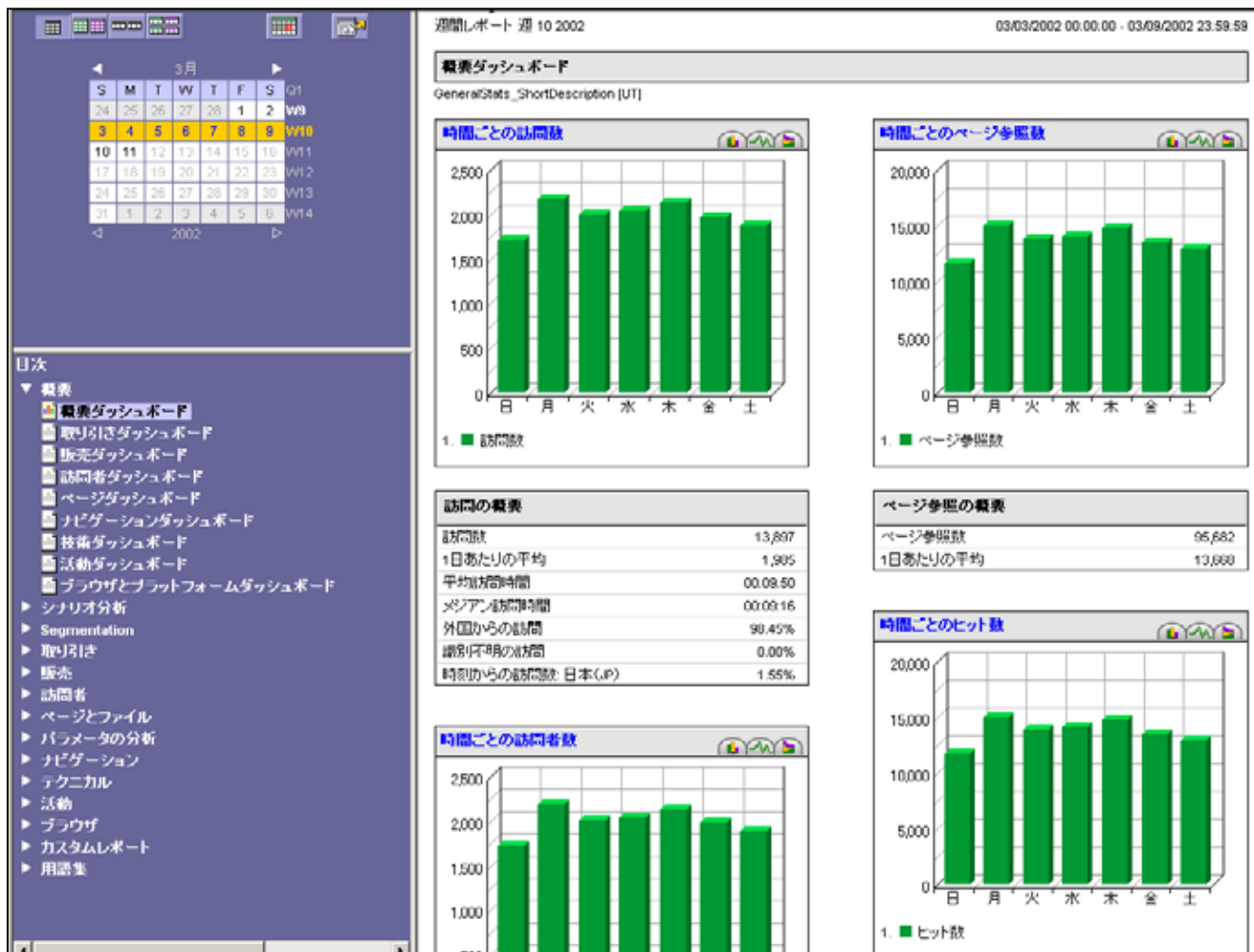
1. 行動



ウェブサイト上の行動に対するチェックポイント

- ❖ トラフィックの目安となるベンチマークは？
 - ページビュー総数
 - 総訪問数
 - 時系列の傾向
- ❖ 1日、あるいは1週間の中でのピークは？
- ❖ 「404 Page Not Found」等のエラーで迷子になる訪問者はいないか？

総訪問数及び総ページビュー数

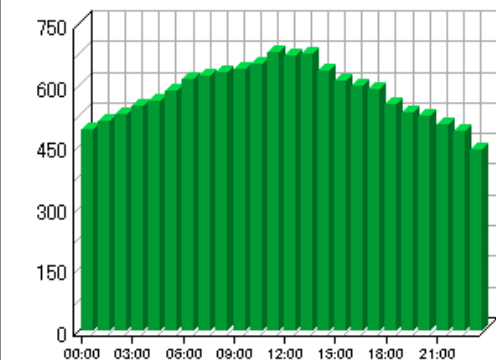


最もアクティブな時間及び曜日

活動ダッシュボード

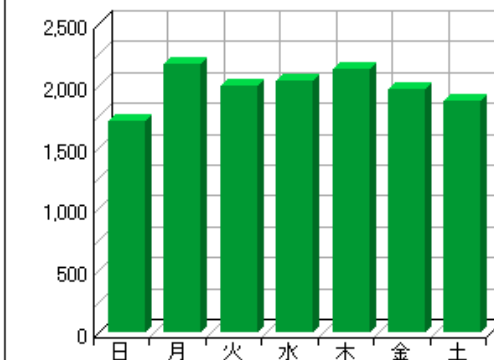
ActivityDashboardShortDescription [UT]

時間ごとの訪問数



1. ■ 訪問数

曜日ごとの訪問数



1. ■ 訪問数

最も活動の多い日の概要

活動の多い日	March 04, 2002
活動の多い日のヒット数	15,021
活動の多い曜日	Mon
活動の多い時間	11:00-11:59

最も活動の少ない日の概要

活動の少ない日	March 03, 2002
活動の少ない日のヒット数	11,688
活動の少ない曜日	Sun
活動の少ない時間	23:00-23:59

平日の活動についての概要

平日合計ヒット数	71,297
平日合計訪問数	10,307
平日の1日あたりの訪問者数平均	2,061
平日の1日あたりのヒット数平均	14,259

週末の活動についての概要

週末合計ヒット数	24,665
週末合計訪問数	3,590
週末の1日あたりの訪問者数平均	3,590
週末の1日あたりのヒット数平均	24,665

ケーススタディ: McAfee

サイトタイプ (コマース及びセルフサービス)

- ❖ 100万以上もの有料加入者に対し、オンライン・セキュリティ・サービスの提供
- ❖ サイトにかかる負荷を予測するため、トラフィック・パターンの追跡を可能に

The screenshot shows the McAfee Security website interface. At the top, there is a red header with the McAfee logo and 'SECURITY' text. Below the header is a navigation bar with links for 'Products & Services', 'Virus Information', 'Members Only', 'Support', and 'Downloads'. On the right side of the navigation bar, there are links for 'Log In' and 'My Account'. The main content area is divided into several sections:

- Top Selling Services:** This section features two main products:
 - Security Service:** Described as protection against viruses, hackers, and privacy threats. It includes 'VirusScan Online + Personal Firewall Plus + Privacy Service'. A 'Subscribe Now' button is present. A promotional message states: 'New Year Special—SAVE \$30 Just \$79.85 after \$30 Mail-in-Rebate (Reg. \$109.85) Limited time offer. Offer Expires 1/31/03'.
 - Personal Firewall Plus:** Described as 'New & Improved Features!' for defense against hacker attacks. It includes a 'Subscribe Now' button. A promotional message states: '1-Year—\$39.95 (USD) \$29.95 after \$10 Mail-in Rebate Limited time offer. Offer Expires 1/31/03'.
- Current Threats:** A section listing recent security advisories:
 - Virus Advisory:** 'Yaha.k masquerades as virus warning. W32/Yaha.k is a Medium Risk worm.'
 - Virus Notification:** 'W32/Sobig@MM is a Low Risk worm.'
 - Virus Notification:** 'W32/Lirva.a@MM is a Low Risk worm.'
- Tired of Spam:** A section with links to 'Learn how to fight spam' and 'Report email spam from third parties selling McAfee products'.
- McAfee FreeScan:** A section describing a free service to detect viruses on a computer, with a 'Scan Now' button.
- Top Selling Retail Products:** A section featuring 'VirusScan 7.0—Includes Firewall' with a description: 'Stop viruses, Trojans, worms and more. Now includes' followed by logos for Compaq, ZNet, and PC.

ACQUIRE
CONVERT
RETAIN

ケーススタディ: McAfee

結果

- ❖ 1日あたり 90 GB 以上のログファイルを処理
- ❖ 1,000 以上のクラスタ・サーバ
- ❖ 毎日平均180万人のユニーク訪問者
- ❖ 傾向分析により、新たなウィルス除去プログラムのリリース前に、ハードウェアのニーズを推測することができる



2. 訪問者



訪問者に対するチェックポイント

- ❖ 実際に訪れるユニーク訪問者はどれくらいか？
- ❖ 新規訪問者と再訪問者の比率は？
- ❖ 訪問の頻度は？ 最近の訪問はいつ？
- ❖ 1回の訪問あたりの平均ページビュー数は？
- ❖ 海外からの訪問者はいるか？ それとも、ほとんど国内訪問者か？

新規訪問者と再訪問者の比率

新規訪問と再訪問

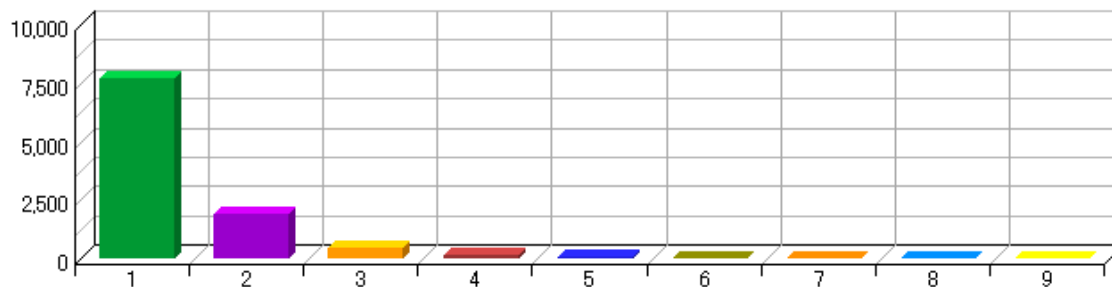


新規訪問と再訪問

訪問者の種類	訪問数	%
■ 1. 新規訪問者	8,664	62.35%
■ 2. 再訪問者	5,228	37.62%
■ 3. クッキーを受け入れない訪問者	4	0.03%
合計	13,896	100.00%

訪問の頻度

訪問数ごとの訪問者数



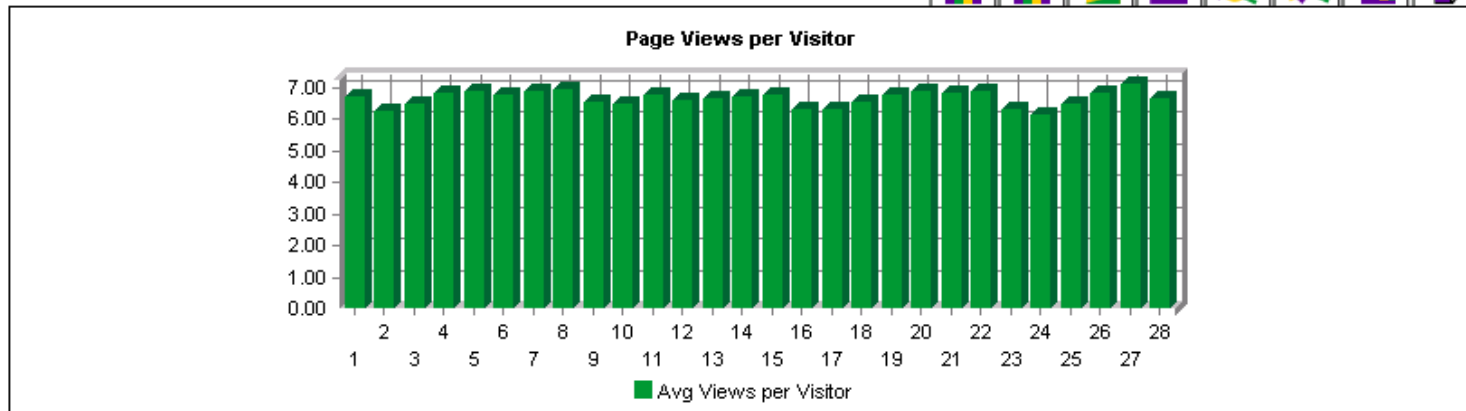
訪問数ごとの訪問者数

訪問数	重複しない訪問者	%
■ 訪問1回	7,736	75.12%
■ 訪問2回	1,897	18.42%
■ 訪問3回	446	4.33%
■ 訪問4回	140	1.36%
■ 訪問5回	48	0.47%
■ 訪問6回	13	0.13%
■ 訪問7回	5	0.05%
■ 訪問8回	7	0.07%
■ 訪問9回	2	0.02%
小計	10,294	99.96%
その他	4	0.04%
合計	10,298	100.00%

訪問者1人あたりの平均ページビュー数

Page Views per Visitor

This report page shows the average number of pages on your site displayed by each visitor during the time-slice of the report period.



Friday, February 1, 2002 to Thursday, February 28, 2002 (1 Month)

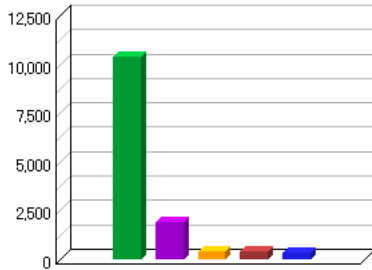
Day	Avg Views per Visitor
Friday, 2/1/2002	6.72
Saturday, 2/2/2002	6.24
Sunday, 2/3/2002	6.49
Monday, 2/4/2002	6.84
Tuesday, 2/5/2002	6.86
Wednesday, 2/6/2002	6.76
Thursday, 2/7/2002	6.88

地理的分布

地域ダッシュボード

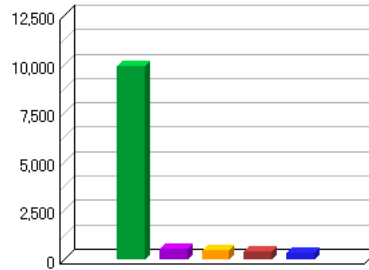
GeographyDashboardSD [UT]

アクセスの多い地域(訪問数)



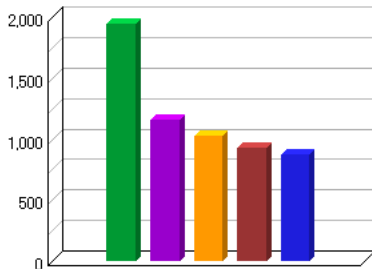
1. 北米
2. 西ヨーロッパ
3. アジア
4. オーストラリア
5. 北ヨーロッパ
6. Other

活動の多い国



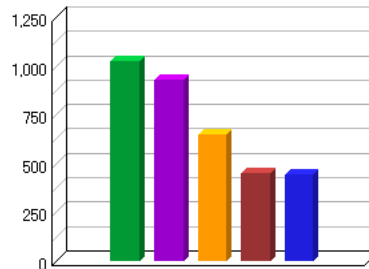
1. アメリカ合衆国(US)
2. イギリス(UK)
3. カナダ(CA)
4. オーストラリア(AU)
5. イタリア(IT)
6. Other

アクセスの多い州(訪問数)



1. California
2. Virginia
3. Washington
4. Ohio
5. Colorado
6. Other

活動の多い都市(訪問数)



1. Seattle, Washington, United States...
2. Columbus, Ohio, United States
3. New York, New York, United States...
4. Fairfax, Virginia, United States...
5. Colorado Springs, Colorado, United ...
6. Other



ACQUIRE
CONVERT
RETAIN

ケーススタディ: Fortune & Business 2.0

サイトタイプ (コンテンツ)

- ❖ 宣伝による収益目標をサポートするためのトラフィックの増加

The screenshot shows the Fortune magazine website interface. At the top, there is a Netscape network logo and navigation links for Mail, AIM, Radio, and Maps. Below this is a search bar and a navigation menu with categories: HOME, COMPANY PROFILES, INVESTING, CAREERS, SMALL BUSINESS, and TECHNOLOGY. The main content area features a 'TOP STORY' section with the headline 'Peter Lewis: Leaving Las Vegas' and a sub-headline 'The \$10 Billion Pill'. To the right of the main story is a 'MAGAZINE' section titled 'The Year Ahead?'. Below the main story is a 'COMPANIES' section with a table of market data. At the bottom, there is a 'TECHNOLOGY' section titled 'Making Pay Phones Pay' and a 'TODAY'S COMMENTARY' section titled 'Value Driven: Father Knows Best ... Doesn't He?'. The website also includes several promotional banners for Dell products, such as 'FREE upgrade to CD-Burner or DVD' and '2 fly for the price of 1 to Lufthansa's Europe!'.

SEARCH FORTUNE
[Input Field] [Go]

GET QUOTE
[Input Field] [Go]

COMPANIES
[Fortune 500](#)
[Global 500](#)
[100 Best to Work For New](#)
[America's Most Admired](#)
[Global Most Admired](#)
[100 Fastest Growing](#)
[Small Business 100](#)
[50 Best for Minorities](#)
[CEOs](#)
[All Fortune Lists](#)
[Download the 500](#)

TOP STORY
Peter Lewis: Leaving Las Vegas
Wherein our fearless columnist takes a ride on a Segway (under the gentle tutelage of Jeff Bezos) and takes on the folks at Hotels.com. Plus: A Special Segway FAQ.
[Also: The West Will Rise Again](#)
[Profile of an Entrepreneur on a Roll: Dean Kamen](#)
[The Buzz Is Back](#)
[Inside an Inventive Mind](#)

COMPANIES
The \$10 Billion Pill
Hold the fries, please. Lipitor, the cholesterol-lowering drug, has become the bestselling pharmaceutical in history. Here's how Pfizer did it.
[Annals of Lipitor](#)

MARKETS

DJIA	8,566.74	-111.13
NASDAQ	1,376.19	-47.56
S&P 500	901.78	-12.82
FORTUNE 500	650.83	-8.71

12:00 AM ET 1/17/03 ©BigCharts.com

TECHNOLOGY
Making Pay Phones Pay
Converting public pay phones into terminals for "Wi-Fi" Internet

ONmoney NEWS
[Dollar hits 3-year low vs. euro](#)
[Fidelity still leery of techs](#)
[HP eyes data storage market](#)
[Stocks down, oil, gold get a](#)

MAGAZINE
The Year Ahead?
From the economy to Enron, a look at the headlines you might see this year.

FREE UPGRADE TO CD-BURNER OR DVD
with the purchase of select new Dell™ Home Systems.
[Click for offer details.](#)
Offer expires 1/21.

Easy as **DELL™**

TODAY'S COMMENTARY
Value Driven: Father Knows Best ... Doesn't He?

ケーススタディ: Fortune & Business 2.0

結果

- ❖ SmartSource データ収集により、精度の向上
- ❖ アドビューとページビューをマッチさせ、広告主に対して個別スポンサーシップ・パッケージを作成
- ❖ 広告主に対し、ユーザ行動に関する詳細な測定結果を提供することが可能に
- ❖ 2、3の異なる見出しをテストし、どれが最も効果的かを見る
- ❖ 記事にグラフィックを添える等の単純な変更でも、クリックスルーが5倍になることもある

FORTUNE

BUSINESS 2.0
www.business2.com

3. ソース(リファラ)



トラフィックのソース(リファラ)に対するチェックポイント

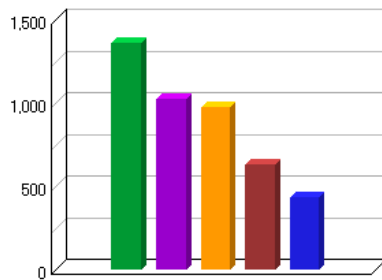
- ❖ 顧客はどこからウェブサイトにとどり着いているか？
- ❖ どのパートナーやアフィリエイトから、質の高いトラフィックが得られるか？
- ❖ どの検索エンジンやディレクトリサイトが最も多くの訪問者を誘導しているか？ キーワードは？
- ❖ どのキャンペーンが最も高い購買率を生んでいるか？ 最も高い収益率を得るのは？ 最少のコストで実現されるキャンペーンはどれか？

キャンペーンの概要

キャンペーンダッシュボード

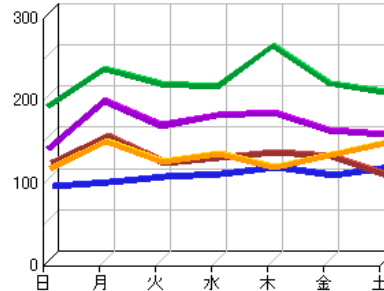
このダッシュボードには、キャンペーンに関連する重要な情報の概要が表示されます。

キャンペーンおよび製品カテゴリごとの売上



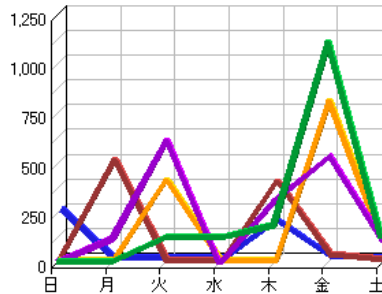
1. Yahoo Banner
2. Family Share Plan Email
3. Google Banner
4. Family Phone Plan
5. Free Minutes Offer
6. Other

広告参照数(時間ごとの訪問数)



1. Internet Services Ad
2. Nokia Phones Promotion
3. Jobs Banner
4. LG Phones Promotion
5. Motorola Phones Promotion

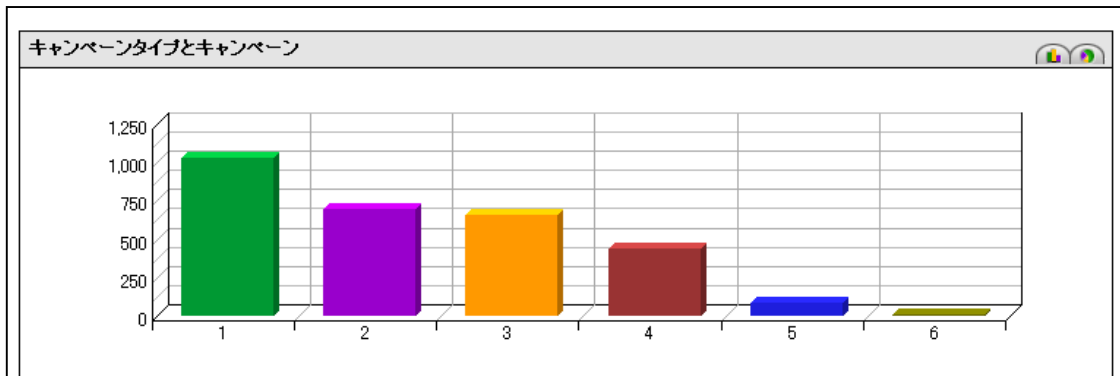
最新キャンペーンごとの売上



1. Family Share Plan Email
2. Yahoo Banner
3. Family Plan Campaign
4. Family Plan Magazine Ad
5. Family Phone Plan

キャンペーンの種別ごとの行動

ACQUIRE
CONVERT
RETAIN



キャンペーンタイプとキャンペーン

キャンペーンタイプ	キャンペーン	訪問数	ページ参照数	平均参照時間
■ 1. Banner	Family Phone Plan	272	1,901	92
	Motorola v60c Banner	241	1,584	88
	Free Minutes Offer	222	1,568	91
	Yahoo Banner	182	1,294	94
	Get Color Campaign	112	730	89
■ 2. Search Engine	Yahoo Banner	463	3,321	94
	Google Banner	136	934	95
	Microsoft Network Banner	97	688	92
■ 3. Email	Family Share Plan Email	630	4,250	90
	Refer a Friend Offer	27	197	91
■ 4. Print	Family Plan Magazine Ad	145	1,006	91
	Anytime Minutes Magazine Ad	78	498	91
	Free Minutes - Business Section	75	509	94
	30 Days Free Magazine Ad	72	484	95
■ 5. Television	Family Plan Campaign	66	443	93
	Sign-up Online Television Program Campaign	82	560	96
■ 6. Radio	New Subscriber	9	57	82



検索エンジン別の行動

ACQUIRE
CONVERT
RETAIN

Activity by Search Engine		
Engines	Referrals	%
1. google	27,526	39.51%
2. yahoo	10,576	15.18%
3. microsoft network	7,425	10.66%
4. lycos	4,307	6.18%
5. aol netfind	4,209	6.04%
Subtotal	54,043	77.57%
Total	69,669	100.00%

items: 1 - 5 of 15

Activity by Search Engines with Search Phrases Detail			
Engines	Phrases	Referrals	%
1. google	oregon marine boats	12,764	18.32%
	marine	590	0.85%
	boat	574	0.82%
	oregon marine	566	0.81%
	sail	487	0.70%
	yachts	482	0.69%
	boat builders	480	0.69%
	yacht	473	0.68%
	sail boats	464	0.67%
	power	462	0.66%
	watercraft	444	0.64%
	boat makers	437	0.63%
	power boats	435	0.62%
	motor boats	429	0.62%
custom boats	416	0.60%	



ケーススタディ: Peterson's

サイトタイプ (コンテンツ及びセルフサービス)

- ❖ ウェブ上で最大の教育ポータルになること
- ❖ 訪問者のソースである検索エンジンに対するヒット率の向上

THOMSON
PETERSON'S

Search Quick Find - Jump To Area of Interest Below - go

Home | About Peterson's | Privacy | How to Advertise | Newsletter

Help Shop

Search & Find

- Colleges & Universities
- Graduate Programs
- Financial Aid
- Test Preparation
- Private Secondary Schools
- Distance Learning
- Corporate Training
- Career Education
- Summer Opportunities
- Study Abroad

Welcome April 25, 2002

Discover the convenience of Distance Learning!

Search more than 3,000 degree, certificate programs and courses!

click here

College Search
Identify colleges by location, major, tuition, sports and more! Search now!

Graduate Program Search
Find accredited programs from leading Institutions throughout the U.S.

Test Preparation
Score high with Peterson's online Practice tests

Financial Aid
Research scholarships, loans, and other financial information

SHOP
bookstore.petersons.com

GET A JUMP!
20% OFF ALL BOOKS
BUY NOW!

Online Store
20% Off All Books!
Category Search

ケーススタディ: Peterson's

結果

- ❖ 当初、検索エンジンからの訪問率がわずか10%にとどまっていた
- ❖ SEO 戦略を導入後：
 - Alta Vista からの訪問者が360%増
 - Lycos からの訪問者が301%増
 - 全ての検索エンジンにおけるトラフィックが25%増



ACQUIRE

CONVERT

RETAIN

顧客化



ACQUIRE
CONVERT
RETAIN

サイトへのトラフィックの誘導は、必ずしも...

ACQUIRE

CONVERT

RETAIN

Welcome!

...購買を保証するものではない

「戻る」をクリック

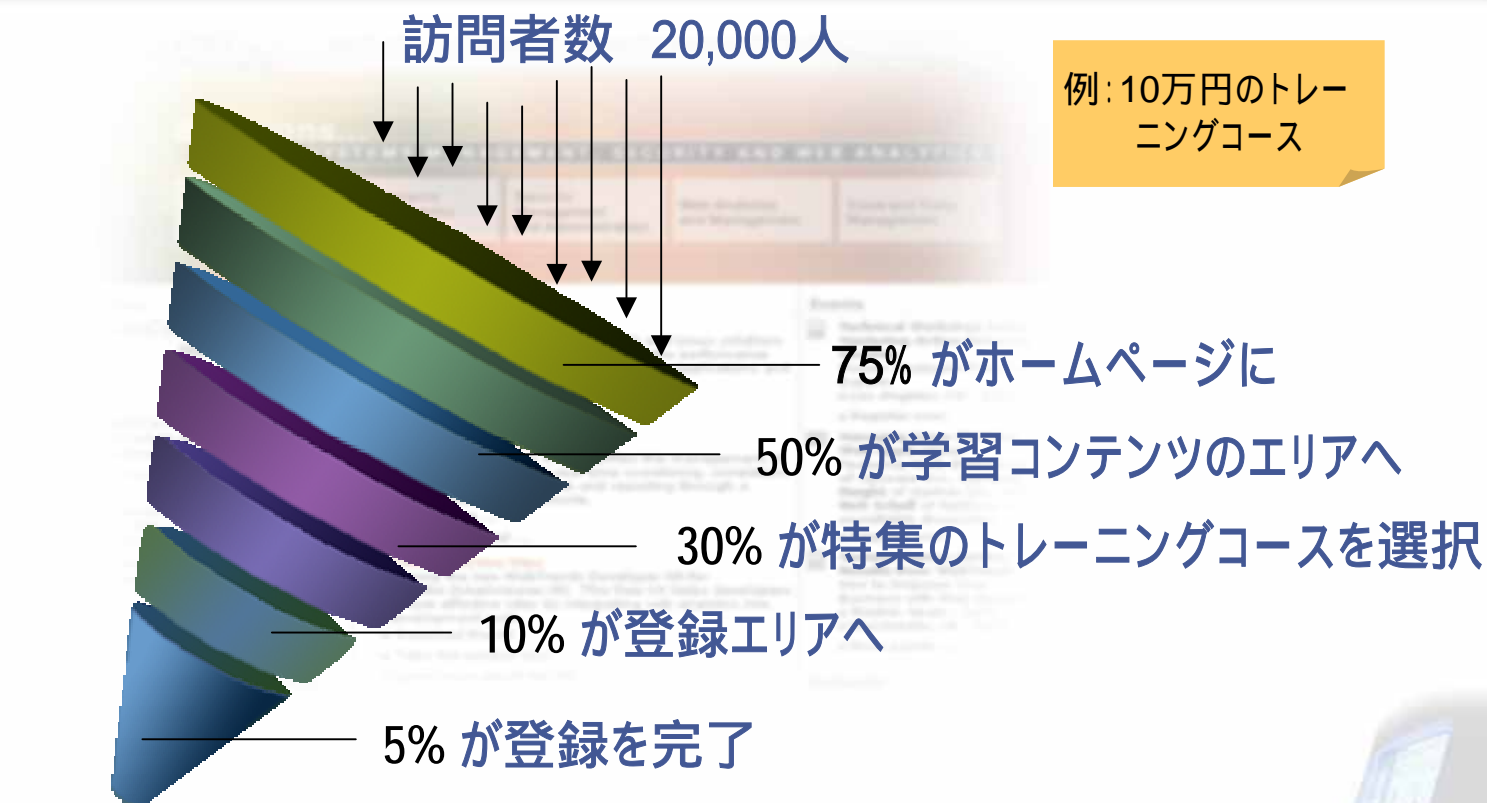
ACQUIRE

CONVERT

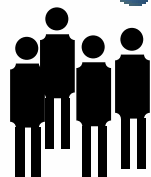
RETAIN



購買のシナリオの把握



例: 10万円のトレーニングコース



1,000 人の訪問者が
シナリオの最後まで進む

= 1億円の売り上げ

わずかな修正が大きな収益に

訪問者数 20,000人

例: 10万円のトレーニングコース

75%がホームページに
50%が学習コンテンツのエリアへ
30%が特集のトレーニングコースを選択
10%が登録エリアへ
7%が登録を完了

1.4億の売上

わずか **2%** の修正が 4千万円
の売上増をもたらす



訪問者数 1,400人

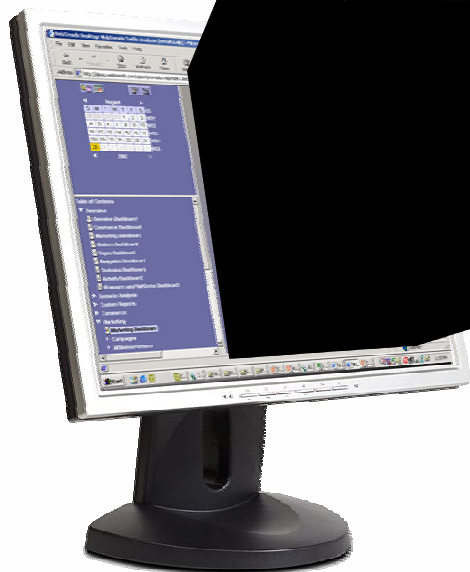
シナリオの最後まで進む人が400人増

ACQUIRE
CONVERT
RETAIN

コマースにおける購買率の分析

ショッピングカートの処理

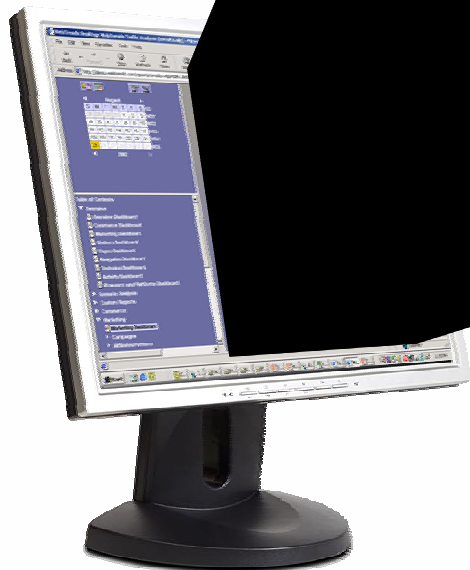
	訪問数	前段階に占める%	到達率
1. 商品情報を閲覧	145,688	-	-
2. カートの使用	47,502	32.6%	32.6%
3. 購入手続きを開始	7,112	15.0%	4.9%
4. 注文を完了	1,985	27.9%	1.4%



コンテンツにおける登録の分析

ニュースレターの登録

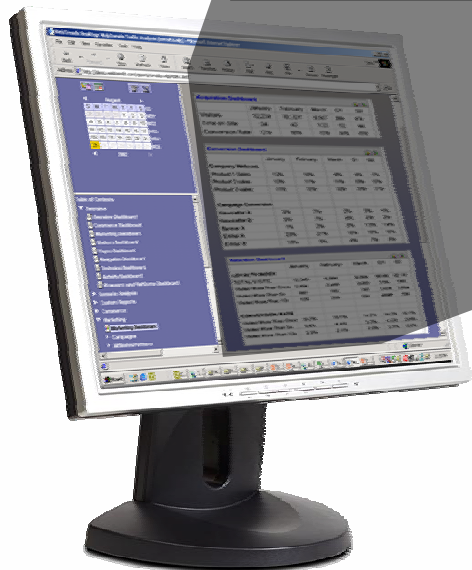
	訪問数	前段階に占める%	到達率
1. ホームページに入る	199,567	-	-
2. ニュースレターのページへ	9,978	5.0%	5.0%
3. 登録フォームの記入完了	5,052	50.6%	2.5%
4. 登録の確認	4,112	81.4%	2.1%



修正前後の登録率の比較

ニュースレターの登録

	修正前		修正後		
	訪問数	到達率	訪問数	到達率	変化率
1.ホームページに入る	199,567	-	198,998	-	-0.3%
2.ニュースレターのページへ	9,978	5.0%	15,401	7.5%	54.3%
3.登録フォームを記入完了	5,052	2.5%	9,857	4.8%	95.1%
4.登録の確認	4,112	2.1%	7,598	3.7%	84.8%



4. コンテンツ



コンテンツの有効性に対するチェックポイント

- ❖ サイト上で一番アクセスの多いページや主要なコンテンツ・エリアは？
- ❖ 重要なコンテンツでありながら、階層が深過ぎてほとんど訪問されていないものは？
- ❖ ホームページ上で目立つところに配置すべきコンテンツはどれか？
- ❖ 訪問者を逃がしてしまっているコンテンツは？
 - 一度だけアクセスされたページ
 - 出口ページ(最終閲覧ページ)のランキング

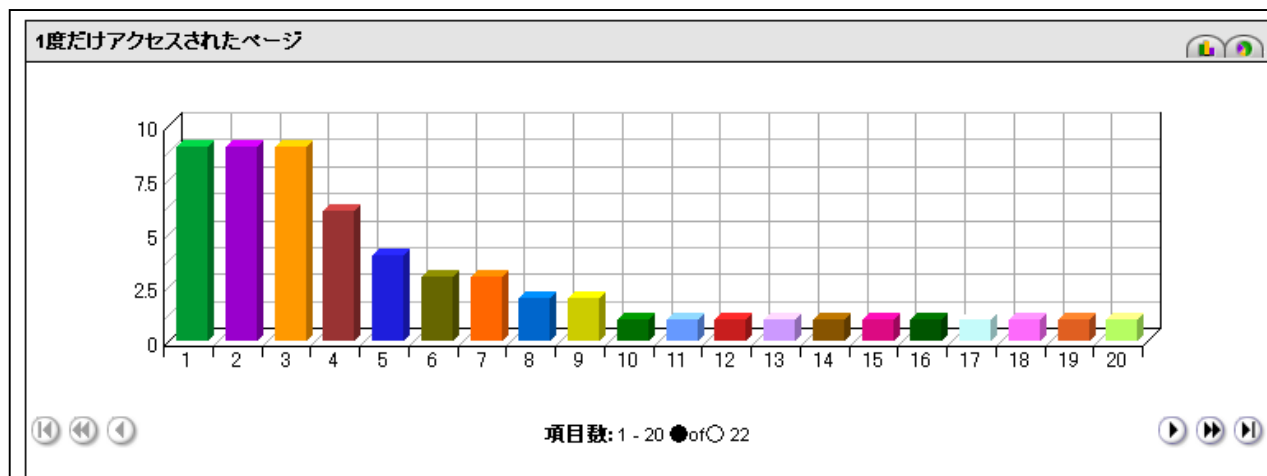
コンテンツ・グループのランキング

Top Content Groups			
Group Name	Visits ▼	%	Hits ▼
1. Store	362,464	17.79%	894,882
2. Products	361,168	17.73%	834,899
3. Club	272,506	13.38%	673,339
4. Corporate	181,475	8.91%	449,349
5. Store: Boat Accessories	167,783	8.24%	351,492
6. News	128,940	6.33%	200,813
7. Sailboats	125,057	6.14%	252,220
8. Store: Logo Merchandise	122,119	5.99%	230,713
9. Powerboats	104,867	5.15%	164,796
10. Store: GPS	52,738	2.59%	61,001
11. Store: Supplies	34,019	1.67%	38,170
12. Store: Sonar	32,316	1.59%	34,900
13. Store: Fish Finder	14,211	0.70%	15,195
14. Store: Logo Accessories	12,677	0.62%	13,344
15. Store: Logo Jackets	9,516	0.47%	9,814
16. Store: Logo Shirts	9,301	0.46%	9,582
17. Store: Logo Hats	7,904	0.39%	8,148
18. S-25	6,305	0.31%	8,052
19. S-32	6,288	0.31%	8,067
20. S-100	5,694	0.28%	7,406
Subtotal	2,017,348	99.02%	4,266,182
Other	19,952	0.98%	24,135
Total	2,037,300	100.00%	4,290,317

items: 1 - 20 of 28

ACQUIRE
CONVERT
RETAIN


一度だけアクセスされたページ



1度だけアクセスされたクリップ

ページ数	訪問数	%
1. Store Information /store/	9	15.00%
2. Campaign Information /ads/	9	15.00%
3. Welcome Information /	9	15.00%
4. Product Information /products/	6	10.00%
5. Family Share Details /products/details.asp	4	6.67%
6. Store Product Page /products/store.asp	3	5.00%
7. Calling plans Product Overview /products/overview.asp	3	5.00%
8. Accessories View /store/accessories.asp	2	3.33%

出口ページ(最終閲覧ページ)のランキング

最後に訪れたページ			
ページ数	訪問数	%	
1. Product Information / products/	4,774	7.99%	
2. Store Information / store/	4,325	7.24%	
3. Store Product Page / products/ store.asp	3,051	5.11%	
4. Calling plans View / store/ calling_plans.asp	2,558	4.28%	
5. Calling plans Product Overview / products/ overview.asp	2,519	4.22%	
6. Calling plans Information / products/ calling_plans.asp	1,942	3.25%	
7. Wireless phones View / store/ wireless_phones.asp	1,701	2.85%	
8. Store Products Page / store/ products.asp	1,651	2.76%	
9. Add Product to Cart / store/ add.asp	1,580	2.64%	
10. Checkout / store/ checkout.asp	1,514	2.53%	
11. Wireless phones Information / products/ wireless_phones. asp	1,490	2.49%	

ケーススタディ: Crystal Decisions

サイトタイプ (セルフサービス)

- ❖ 顧客に対し、記事に関する貴重なナレッジベースを提供するためのウェブの有効活用
- ❖ 顧客サポート・コール及び運営費の削減



The screenshot shows the Crystal Decisions website homepage. The header features the company logo, a search bar, and navigation links for 'My Profile | Log In |' and 'VIEW CART'. A main navigation menu includes 'Home', 'Products', 'Store', 'Training & Consulting', 'Support', 'Partners', 'About Us', 'Contact', and 'Global Sites'. The main content area is titled 'Access. Analyze. Report. Share.' and describes the company's products as the de facto standard for reporting and analysis. Below this, there are sections for 'Developer Solutions' and 'Enterprise Solutions'. A 'News, Updates, & Press Releases' section lists three items: 'UNIX version of Crystal Enterprise unveiled', 'Third-quarter results: Revenue grows 28% year-over-year, 9% sequentially', and 'Lawson Software selects Crystal Decisions to provide reporting for Lawson customers'. An 'About Us' section states that the company has been providing best-of-breed reporting, analysis and information delivery products and services for more than 15 years. The page also features a large image of a person sitting at a desk with a large window in the background.

ケーススタディ: Crystal Decisions

結果

- ❖ ナレッジベースに5,000以上もの記事
- ❖ 最も頻繁にアクセスされる記事の特定
- ❖ アクセス数が多いものの、問題解決に結び付いていない記事の改良
- ❖ 解答率を20%以上向上
- ❖ コールセンターへの負荷を減らしたことで、何万ドルものコスト削減
- ❖ トラフィックが20%も増加



ケーススタディ: Django's

サイトタイプ(コマー্স)

- ❖ 他のオンライン音楽・映画小売業者との差別化
- ❖ サイト上で特集するコンテンツの決定
- ❖ 異なるマーケティング・プロモーションをテスト

The screenshot shows the Django's website interface. At the top, the logo "djangos" is displayed with the tagline "quality used & new music & movies". Navigation links include "shopping cart", "my account", "wishlist", "notify me", "help", and "home". A search bar is present with "Music Genre" and "Movie Genre" dropdowns. A prominent banner advertises "Thousands of titles... 30% off" with the note "Discount applies to Used CD titles". Below this, a "Featured Artist" section highlights Patti LaBelle with a CD image and a description of her career. To the right, a sidebar lists "30% Off, Already low Prices!" with several CD titles and their discounted prices. Another section titled "Great Dvd Titles, At low prices" features a DVD cover for "Austin Powers in Goldmember". A vertical sidebar on the left contains navigation links for "Music" (Rock, Rap, Jazz, Blues, Country, International, Folk, Latin Pop, Reggae, Soundtracks, Vinyl, More Music...) and "Movies" (Action, Comedy, Drama, Thriller/Horror, Sci Fi).

ケーススタディ: Django

結果

- ❖ 特定の音楽ジャンルやアーティストに対する興味を測るため、コンテンツ・グループを使用
- ❖ ホームページ上に、社員によるレビューやレコメンデーションを配置
- ❖ 月毎の売り上げが30 ~ 40%増えた



A
C
Q
U
I
R
E

C
O
N
V
E
R
T

R
E
T
A
I
N

5. ナビゲーション



ナビゲーションの有効性に対するチェックポイント

- ❖ サイトのナビゲーションは効果的か？
- ❖ 訪問者は欲しいコンテンツに到達できているか？
- ❖ サイトの主要シナリオ通りに訪問者を顧客化できているか？
- ❖ 修正を加えたときのコンバージョンレート(購買・登録率)の増減は？

WebTrends が提供する9つのナビゲーション分析

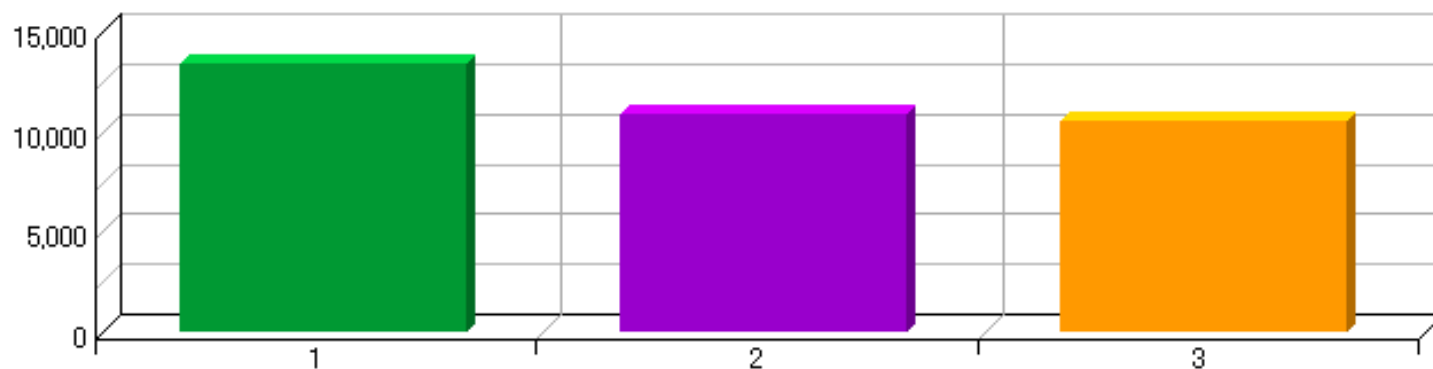
- ❖ 人気のある経路の分析
- ❖ 順引きの経路分析
- ❖ 逆引きの経路分析
- ❖ Entryページから最もよく使われる経路
- ❖ Exitページに到る最もよく使われる経路
- ❖ シナリオ分析
- ❖ 人気のあるコンテンツグループの経路分析
- ❖ 順引きのコンテンツグループ経路分析
- ❖ 逆引きのコンテンツグループ経路分析

人気のある経路

トップページと次ページ			
ページ数	次ページ	参照数	%
■ 1. Store Information /store/	Calling plans View /store/calling_plans.asp	7,467	22.25%
	Wireless phones View /store/wireless_phones.asp	4,635	13.81%
	Store Products Page /store/products.asp	2,609	7.77%
	Accessories View /store/accessories.asp	2,300	6.85%
	Store Support Page /store/support.asp	2,180	6.50%
	Store Search Page /store/search.asp	1,886	5.62%
	Store Promos Page /store/promos.asp	1,495	4.45%
	Residential services View /store/residential_services.asp	1,393	4.15%
	Phones View /store/phones.asp	1,295	3.86%
	Internet services View /store/internet_services.asp	1,282	3.82%

シナリオ分析による登録率の測定

登録誘導



登録誘導

シナリオ分析ステップ	訪問数	ステップ転換率	全訪問数に対する割合 (%)	シナリオ変換率
■ 1. 情報要求の開始	13,430	-	22.46%	-
■ 2. 検証済みの連絡先情報	10,923	81.33%	18.26%	81.33%
■ 3. 完了した登録	10,530	96.40%	17.61%	78.41%
合計	N/A	N/A	N/A	78.41%

ケーススタディ: Black & Decker

サイトタイプ(リード作り及びセルフサービス)

- ❖ 消費者との関係を築くためにウェブを使用
- ❖ サイト上でユーザ登録に至る訪問者数の最大化

BLACK & DECKER

INNOVATIVE PRODUCTS

[▶ Become A Member Register Today!](#)

BLACK & DECKER
REBATE DAYS
Mail-In Rebate from April 15th thru June 30th, 2002

[▶ Power Tools](#)
[▶ Cleaning Products](#)
[▶ Outdoor Power Equipment](#)

[▶ Kitchen Appliances](#)
[▶ Garment Care](#)
[▶ Heaters & Fans](#)

Black & Decker Global Sites
Choose Your Country

[▶ Black & Decker Corporate Site](#)

ケーススタディ: Black & Decker

結果

❖ 製品登録へのナビゲーション改善

www.blackanddecker.com にくる人の大半はユーザ登録が目的であり、製品ごと固有のURLを目指してくるのではないことが判明
ホームページのナビゲーション上でこのエリアをもっと強調する

❖ ユーザ登録率を最大化

ホームページ上で登録ボタンのポジショニングをテスト
ユーザ登録率が40%増加



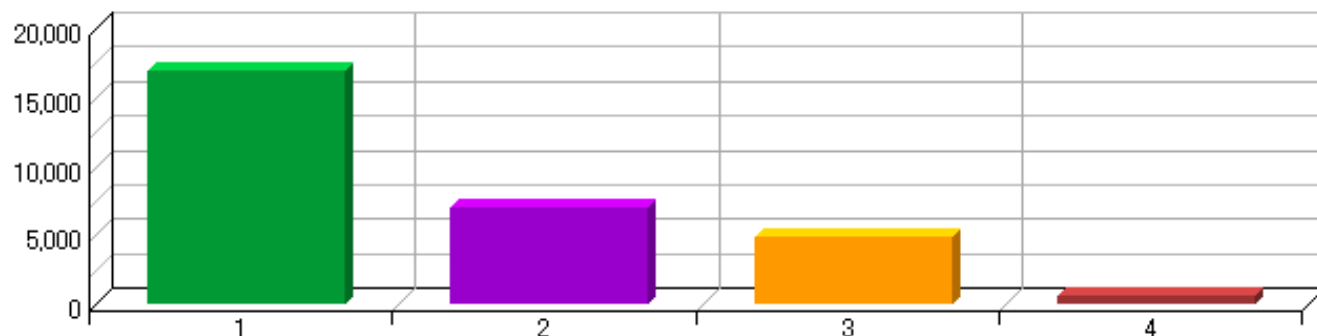
A
C
Q
U
I
R
E

C
O
N
V
E
R
T

R
E
T
A
I
N

シナリオ分析による購買率の測定

購入転換誘導



購入転換誘導

シナリオ分析ステップ	訪問数	ステップ転換率	全訪問数に対する割合 (%)	シナリオ変換率
■ 1. カート参照	16,932	-	28.31%	-
■ 2. カート追加	6,996	41.32%	11.70%	41.32%
■ 3. チェックアウトの開始	4,899	70.03%	8.19%	28.93%
■ 4. カート完了	631	12.88%	1.06%	3.73%
合計	N/A	N/A	N/A	3.73%

製品別の収益

製品カテゴリごと、製品ごとの売上

製品カテゴリ	製品名	総収益	平均注文金額	合計注文数	平均注文数量
1. wireless_phones	Motorola V60c	\$20,332.00	\$369.67	68.0	1.2
	XT2100	\$10,000.00	\$344.83	40.0	1.4
	M9316CWB	\$5,292.00	\$252.00	28.0	1.3
	LG VX1	\$4,975.00	\$248.75	25.0	1.3
	LG TM510	\$2,980.00	\$229.23	20.0	1.5
2. calling_plans	Family Share	\$30,600.00	\$138.46	306.0	1.4
	Small Business Essentials	\$1,600.00	\$400.00	5.0	1.3
	Saver Direct	\$140.00	\$46.67	4.0	1.3
	Access Advantage	\$29.00	\$29.00	1.0	1.0
3. internet_services	T1 Internet	\$6,825.00	\$284.38	35.0	1.5
	DSL Internet	\$4,000.00	\$1,000.00	5.0	1.3
	Dedicated Access	\$2,850.00	\$237.50	19.0	1.6
	Dial-up Internet	\$100.00	\$25.00	5.0	1.3
4. business_phone_systems	Siemens	\$6,600.00	\$244.44	33.0	1.2
	Norstar	\$2,850.00	\$219.23	19.0	1.5
	PBX	\$2,100.00	\$233.33	12.0	1.3
5. phones	CST2100	\$5,913.00	\$281.57	27.0	1.3
	KX-FP155A	\$3,339.00	\$222.60	21.0	1.4
	CT250	\$1,428.00	\$178.50	12.0	1.5
	CT17	\$89.00	\$89.00	1.0	1.0
6. business_phones	SBC 2905 Single-Line Cordless	\$5,330.00	\$242.27	26.0	1.2
	SBC 310 4-Line Speakerphone	\$1,188.00	\$118.80	12.0	1.2
	SBC 2910 2-line 900MHZ Cordless	\$510.00	\$85.00	6.0	1.0
	Telematrix Single Line Speakerphone	\$79.00	\$79.00	1.0	1.0

ケーススタディ: Fry Multimedia

サイトタイプ (コマース)

- ❖ デザインが優れているだけでなく、取引を促進し、ROIを向上させるような eコマース・サイトの開発およびコンサル

FRY

OUR SOLUTIONS OUR CLIENTS OUR STORY

Press
Jobs
Contact Us

Everything it takes™

Fry does everything it takes to drive transactions...
Strategy. Branding. Usability. Design. Enterprise Integration. Application Development.
Hosting. Data Analytics. It takes end-to-end solutions. And everything in between.
Lukily, that's what we offer. [View All Our Solutions >>](#)

FRY TODAY

January 3, 2003
[E-Commerce Veteran David Fry Recaps the 2002 Online Shopping Season](#)

December 2002
[Fry Changes Name, Web Look, Address](#)

December 12, 2002
[Fry Multimedia Calibrates its Market Position for 2003 to Showcase Extensive IT Service Offering](#)

[E-commerce pioneer refines its corporate identity with new name, headquarters, vWeb site, logo](#)

FEATURED CLIENTS

AAA Eddie Bauer M

ケーススタディ: Fry Multimedia

結果

- ❖ 購入プロセスのどこで処理を中止するケースが多かったかを特定
- ❖ 購入プロセスの簡易化(7 Step → 4 Step)により、セールスにおける購買率を向上
- ❖ ある1クライアントは、年間収益を120万ドル増加させた



Crate&Barrel

BORDERS

Brookstone

GODIVA
Chocolatier

Eddie Bauer
SINCE 1920

WEBTRENDS
web analytics from NetIQ

囲い込み



囲い込み

“満足度の高い顧客は新規顧客に比べ、ひいきにしてくれる期間が長く、より多くの買い物をするので、サービスに要するコストが低い。

”

フィリップ・コトラー

既存の顧客を維持するより、新規顧客を獲得する方が **5 ~ 10倍のコスト**がかかる場合もある。

顧客囲い込みの秘訣は、**顧客の体験**を改善して確実に**満足**してもらうようにすることである。

囲い込みキャンペーン



囲い込み



ロイヤリティ・プログラム



データベース/eメール・
プロモーション



ニュースレター



コミュニティ・ウェブサイト



顧客セミナー

再訪問者の購買を知る

ACQUIRE
CONVERT
RETAIN

訪問者数 20,000人

- 60% が再訪問
- 50% が学習コンテンツのエリアへ
- 30% が特集のコースを選択
- 20% が登録エリアへ
- 15% が登録を完了

再訪問者からは **より高い**購買率が期待できる

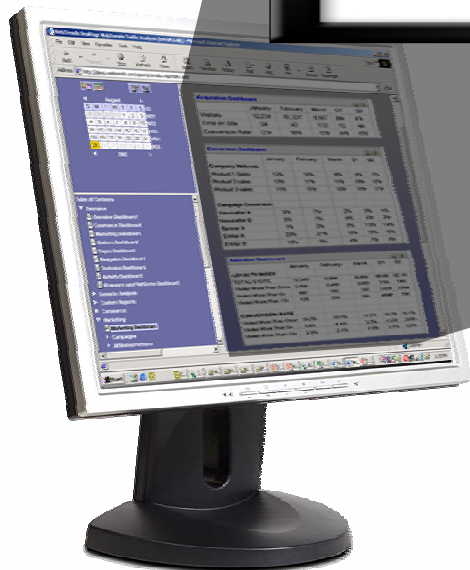


3,000人の訪問者が
シナリオの最後まで進む

訪問者履歴のセグメント化及び分析

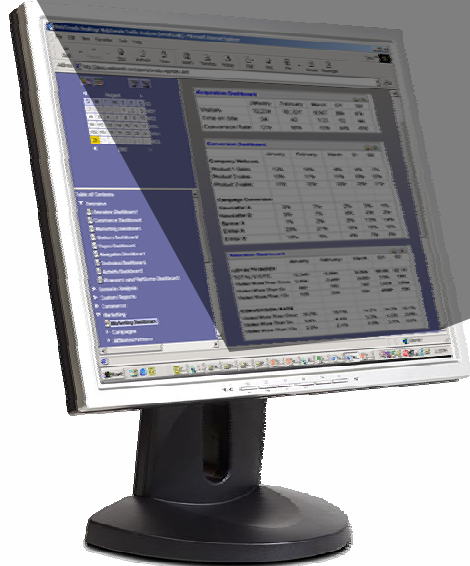
見込み客の好みの音楽プロフィールを作成

コンテンツ	平均再訪問間隔	平均再訪問数	平均滞在時間	訪問数
ロック	2	5	14:12	12,598
ヒップホップ	3	2	12:30	7,508
カントリー	5	3	15:00	4,039
クラシック	4	2	9:25	2,597
ジャズ	8	2	23:32	1,509



キャンペーンごとの購入履歴の分析

キャンペーン種別	キャンペーン名	最後の購入 から経過した	最初の購入 から経過した	平均注文数	平均注文額
ニュースレター	ポップ 最新リリース	平均日数 2	平均日数 170	4	\$40
ニュースレター	コンサートツアー	15	120	2	\$18
Eメール プロモ	今月のCD	25	90	1	\$144



再訪問者の生涯価値(ライフタイム・バリュー)

期間合計金額ごとのリターンシ、頻度、レイテンシ				
期間合計金額	平均期間合計金額	平均リターンシ	平均頻度	平均レイテンシ
■ 1. \$2000-2250	\$2,089.00	7.0	4.0	3.0
■ 2. \$1000-1250	\$1,005.00	7.0	16.0	1.0
■ 3. \$750-1000	\$849.93	0.9	8.3	1.8
■ 4. \$500-750	\$603.84	4.3	5.2	2.7
■ 5. \$250-500	\$338.81	3.5	4.8	3.2
■ 6. \$0-250	\$121.98	4.5	3.2	4.2
小計	N/A	N/A	N/A	N/A
その他	N/A	N/A	N/A	N/A
合計	N/A	N/A	N/A	N/A

ケーススタディ: GeoPassage

サイトタイプ (リード作り及びコマース)

- ❖ サイトのより深い階層へと訪問者を導き、何回も再訪問させ、購買させること

GeoPassage.com
An Experience for the Discerning Traveler

Have Questions?
Call toll-free:
1-800-246-3429

ABOUT US
TESTIMONIALS
BOOK A CUSTOM TOUR
BOOK A FLIGHT
HELP

ASTA
IATA

BBBOnline
RELIABILITY
PROGRAM

Custom and Packaged Vacations
Explore and Book Your Dream Vacation Online

Europe
France
Italy
United Kingdom

Asia
Bhutan
China
India
Israel
Japan
Jordan
Nepal
Thailand
Vietnam

North America
America
Costa Rica
Puerto Rico

South America
Argentina
Bolivia
Brazil
Chile
Ecuador
Peru

member sign-in
username

password

LOG IN
NEW MEMBER

GeoPassage.com accepts
VISA
MasterCard

ACQUIRE
CONVERT
RETAIN

WEBTRENDS
web analytics from NetIQ

ケーススタディ: GeoPassage

結果

❖ サイトのより深い階層へと訪問者を導く

最も人気の高い旅行先を目立たせるよう、ホームページをリデザイン
再訪問者が30%も増加、サイトのトップページ = 出口ページの状態を脱した

平均すると、新規顧客はバケーション・パッケージのブッキングに至るまで5回サイトを訪問するため、再訪問(囲い込み)を促すためにニュースレターを発行

❖ ニュースレターで何を特集するかを判断

サイト上で最も人気が高いのはイタリア関連のページであることが測定できた

ニュースレターでイタリアを特集した結果、訪問者数は400%増加



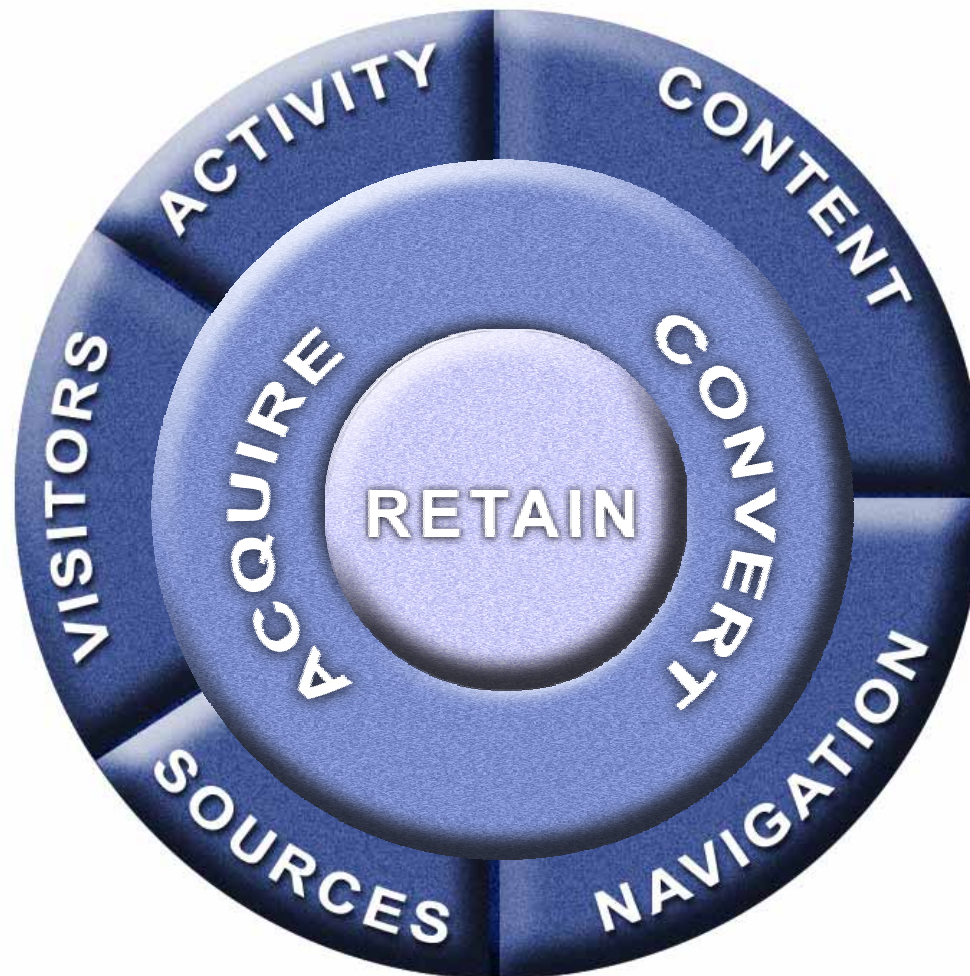
A
C
Q
U
I
R
E

C
O
N
V
E
R
T

R
E
T
A
I
N

まとめ

VisitorからCustomer、そしてRepeaterへ！



ACQUIRE

CONVERT

RETAIN

ウェブアクセス解析に対する大きな需要

“ウェブアクセス解析に関するガートナー・レポートによれば、近い将来、*企業における解析スタッフの需要は今日の3倍になると予想される。*”

現時点における需要と供給の比率は、少なくとも2対1である。”

InfoWorld Magazine

“Staffed for Web Analytics”

InfoWorld.

ITFrontierのサービスラインナップ

技術サポート

トレーニング: Essential / PowerUser

Professional Service

- ・導入支援(インストール等)
- ・サイト解析コンサルティング(効果測定等)

キャンペーン

- ・IBM社eServer xSeries + WRCバンドルキャンペーン 等

製品紹介

- ・各種イベント実施
- ・無料紹介セミナー(関西地区近日スタート!)

オンサイトトレーニングのご要望も承ります!

WebTrends国内ポータルサイト

- ❖ 各種ニュースリリース
- ❖ 製品情報
- ❖ 導入事例
- ❖ 評価版
- ❖ セミナー案内
- ❖ トレーニング案内
- ❖ 保守サービス案内
- ❖ パートナー様紹介
- ❖ FAQ
- ❖ お問い合わせ

❖ <http://sirius.itfrontier.co.jp/webtrends/>



ありがとうございました

連絡先:

- ❖ Web: <http://sirius.itfrontier.co.jp/webtrends/>
- ❖ E-mail: zm_wt@itfrontier.co.jp
- ❖ 電話: 03-6221-5200

