

# サイト運営におけるWeb解析の重要性 - The Value of Web Analytics -

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

システム営業統括本部 xWeb事業本部

マーケティング推進部

清水 龍平

# ウェブサイトは重要なビジネスチャネル

ACQUIRE  
CONVERT  
RETAIN



コールセンター



ダイレクトメール



ウェブサイト



小売店

顧客

# 単なるデータの蓄積に終わってはならない

“訪問者の求めるコンテンツが簡単に見つからないために、**ウェブセールスの50%が失われる。**”

ガートナー・グループ

ウェブサイト

“再訪問者の**40%が去って行くのは、ネガティブな体験をしたためである。**”

ゾーナ・リサーチ

“新規サイトの訪問者のうち、**85%はそのサイトを見捨てるが、その理由はサイトデザインの稚拙さにある。**”

cPulse



# “測定”はマネジメントの鍵

「測定は管理への第一歩」とは昔からよく言われることであるが、ウェブほどこの言葉が当てはまる場所はない。何が効果的で、何が効果的でないかを検討することが、最終的な収益を直接左右する。

– Gartner Group, 2001

“Web Analytics: Getting Down to Business”

**Gartner**

広告主は測定可能な成果を求める。

– Business Week, January 2003

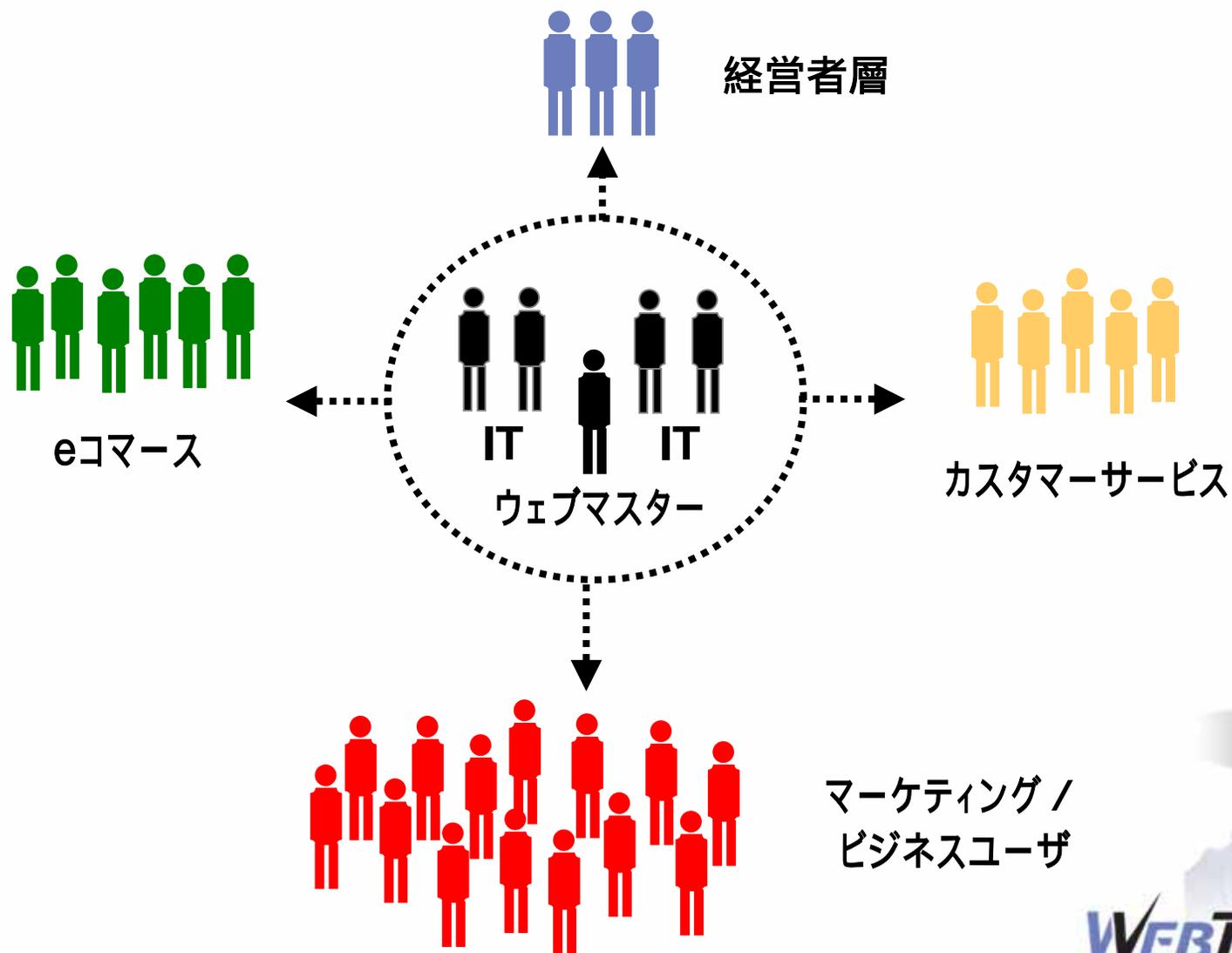
# ウェブアクセス解析のメリット



- ❖ より賢明な意思決定を行うために：
  - 訪問者の行動に対する正確な洞察、かつ実行可能な改善案
- ❖ オンライン・オフラインでの収益が増加
- ❖ コスト削減が実現
  - マーケティングコストの最適化
  - 顧客セルフサービスの促進
  - サイトデザインおよびコンテンツの効果的な管理
- サイトの収益率が向上する
  - 集客コストの削減
  - 顧客化(購買)率の向上
  - 優良顧客維持(囲い込み)率の改善



# 組織内における意識の変化



# ウェブアクセス解析のメリット

組織全体を通じて

## インフォメーション・テクノロジー (IT)

ビジネスユーザが必要とする情報を提供しつつ、技術管理者への負担を軽減する。

- ❖ サイトの技術的パフォーマンスを最大化
- ❖ ビジネスユーザが要求する情報を提供



# ウェブアクセス解析のメリット

組織全体を通じて

## eコマース / 小売業

オンライン及びオフラインでの売り上げの増加



- ❖ どの商品が注目され、または注目されないかを判断
- ❖ 見込み顧客とひやかしとを区別
- ❖ ショッピングカート使用状況を分析することによる購買率の向上
- ❖ クロスセル及びアップセルの機会増加



# ウェブアクセス解析のメリット

組織全体を通じて

## マーケティング

よりスマートなビジネス判断を可能にするような、*関連性の高い、実行可能なインサイトを*得る



- ❖ マーケティングにおいて、どのチャネルが有効であり、また有効でないかを確実に把握する
- ❖ ターゲットに対し、どのようなコンテンツが最も効果的かを特定する
- ❖ 購買率を向上させるためのナビゲーションの最適化
- ❖ キャンペーン各要素 (CTA、クリエイティブ、ランディング・ページ、デザイン) を調整することにより、キャンペーンへのレスポンスを改善

# ウェブアクセス解析のメリット

組織全体を通じて

## カスタマーサービス

顧客体験に対する理解をさらに深めることで、より高いレベルのサービス提供を実現

- ❖ 各顧客の生涯価値(ライフタイム・バリュー)を高める
- ❖ カスタマーサポートにかかるコストを削減
- ❖ 顧客のニーズ・問題に対するより正しい理解



# ウェブアクセス解析のメリット

組織全体を通じて

## 経営者層

ハイレベルな戦略的意思決定をするために必要な情報の入手

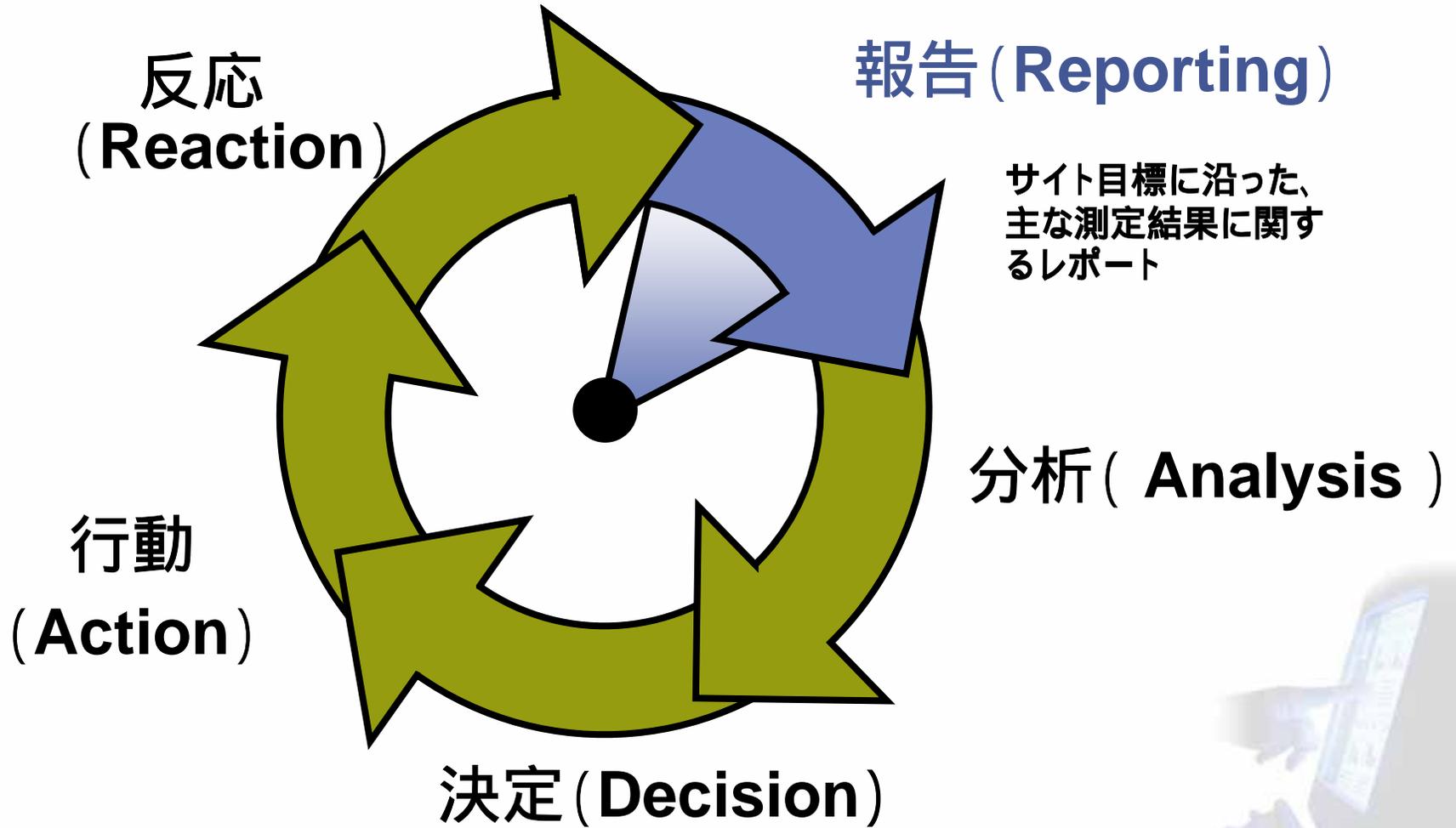


- ❖ 鍵となるウェブアクセス解析結果のエグゼクティブ・サマリーを得る
- ❖ ビジネス全般をより効率的に管理する
- ❖ ROIを最大化するための重要な傾向を特定する



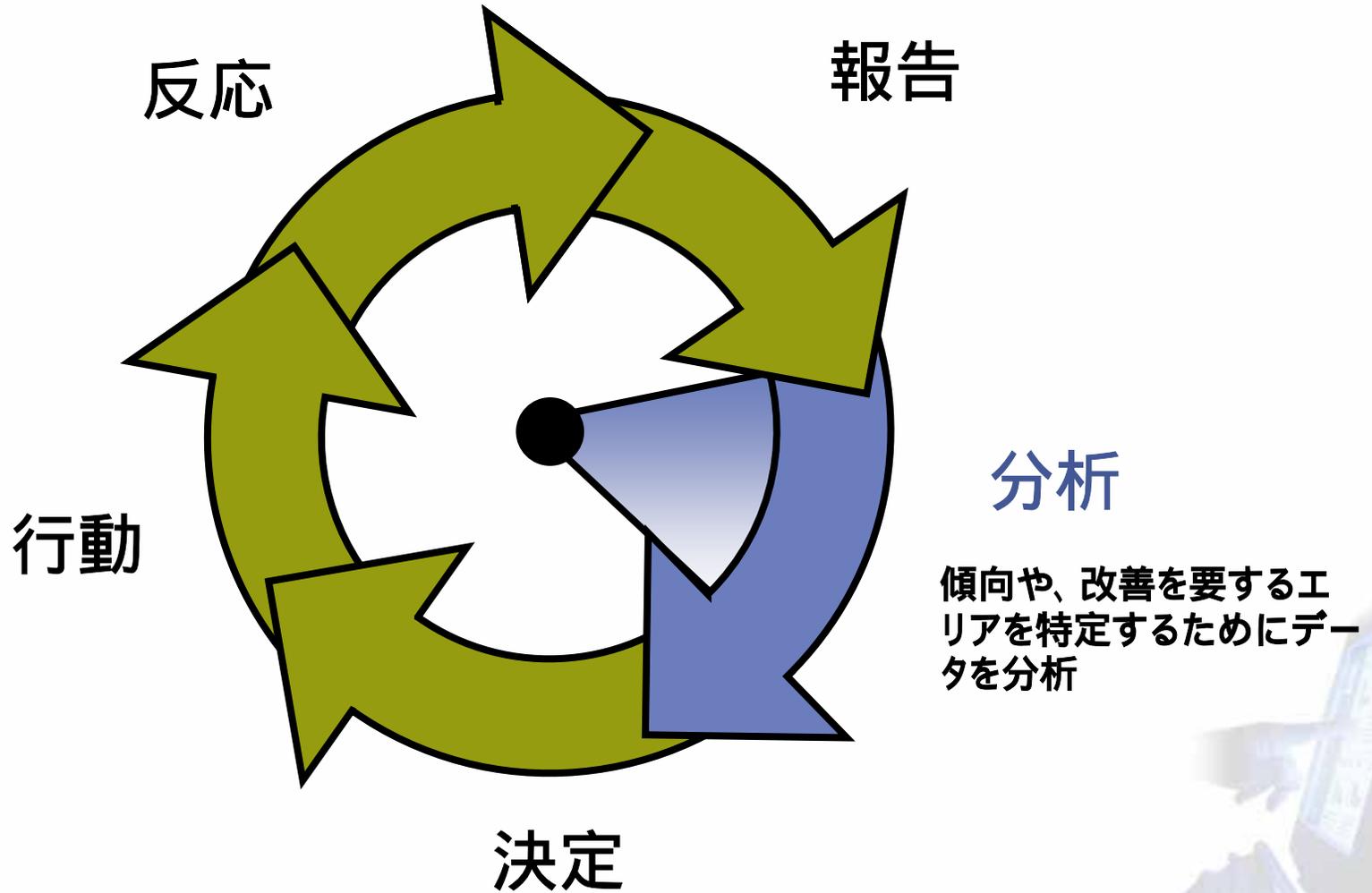
# R.A.D.A.R.

測定可能な改善サイクル



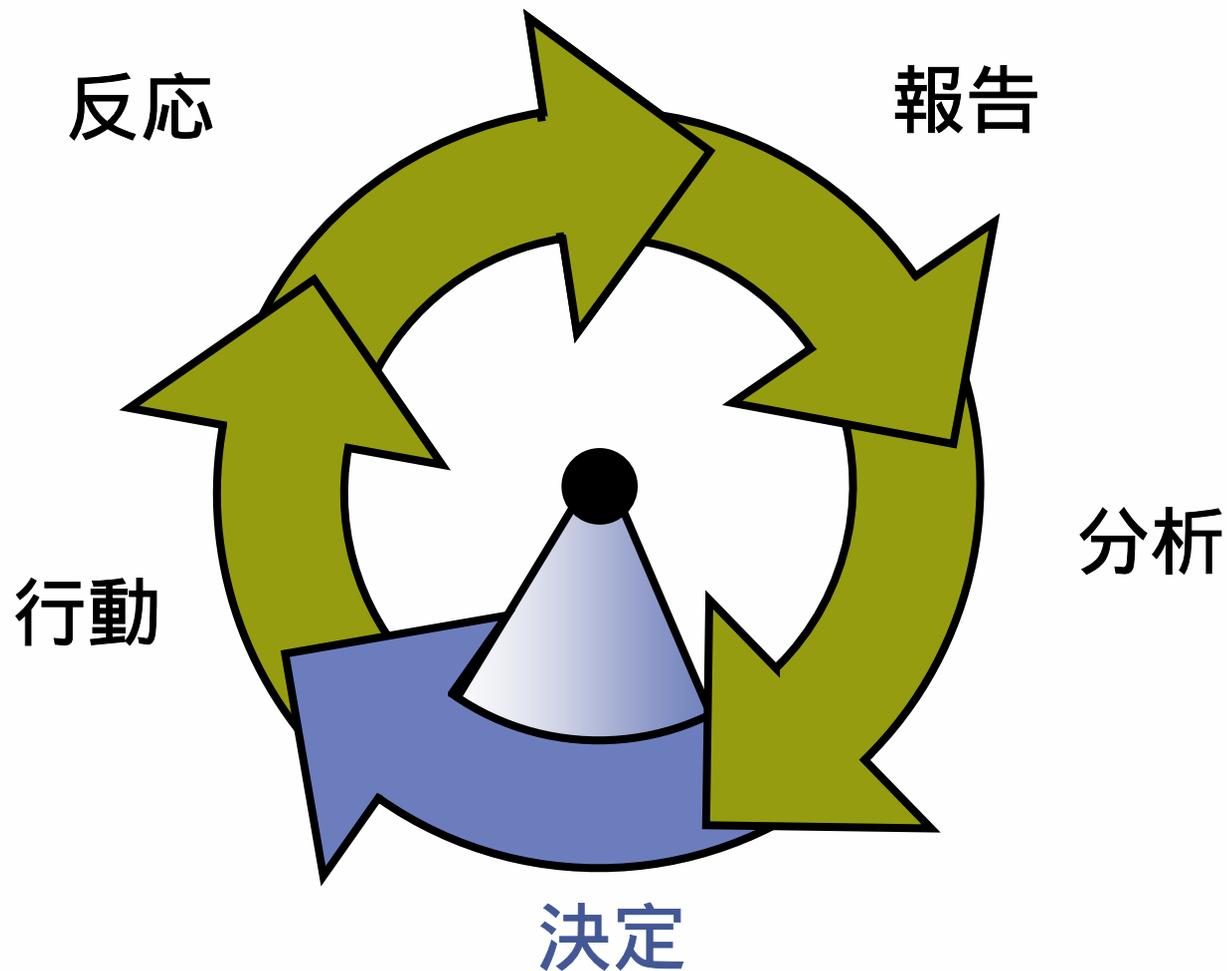
# R.A.D.A.R.

測定可能な改善サイクル



# R.A.D.A.R.

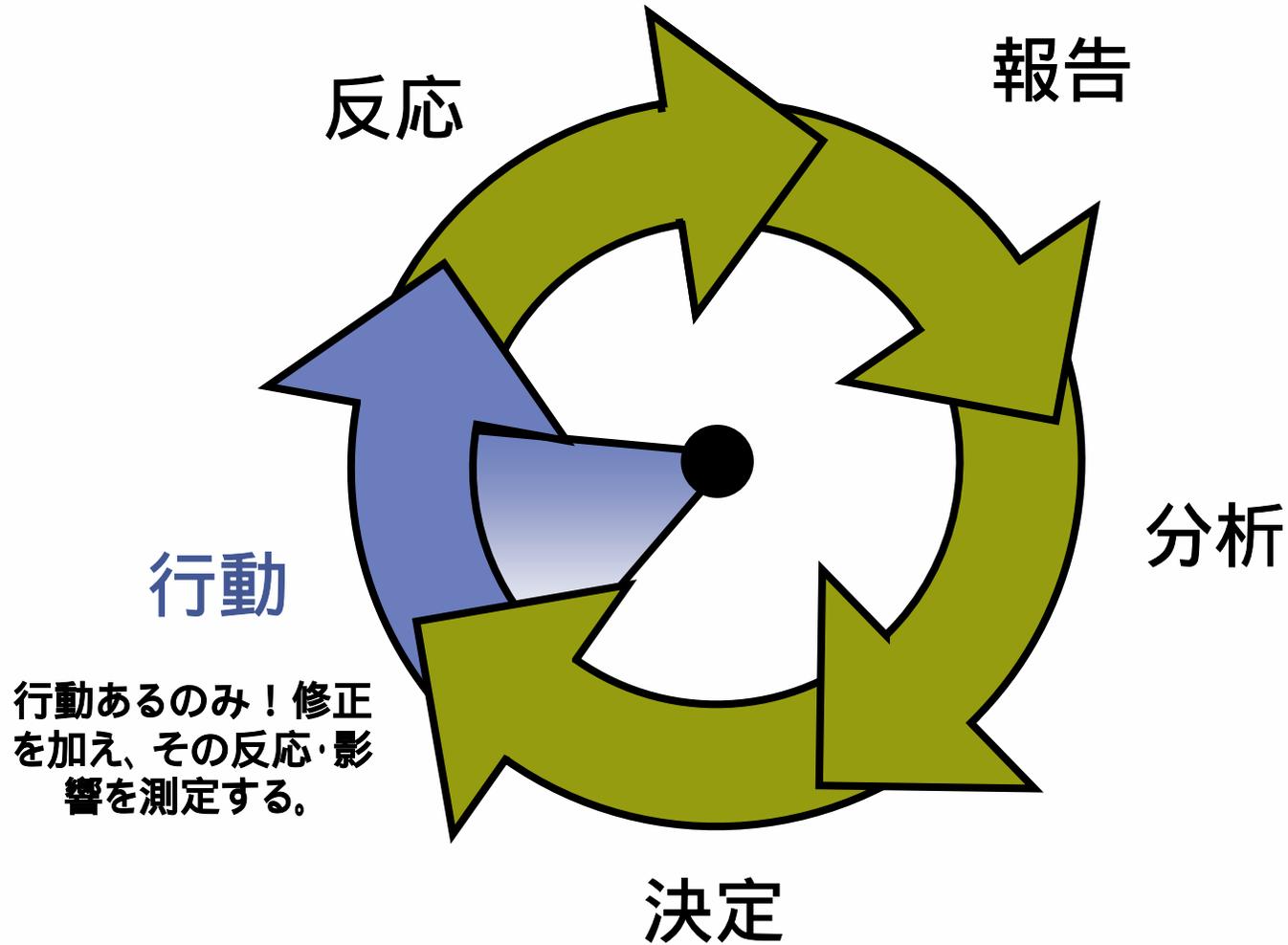
測定可能な改善サイクル



今、サイトのどの部分に焦点  
を当てるべきかを判断

# R.A.D.A.R.

測定可能な改善サイクル



# R.A.D.A.R.

測定可能な改善サイクル

報告

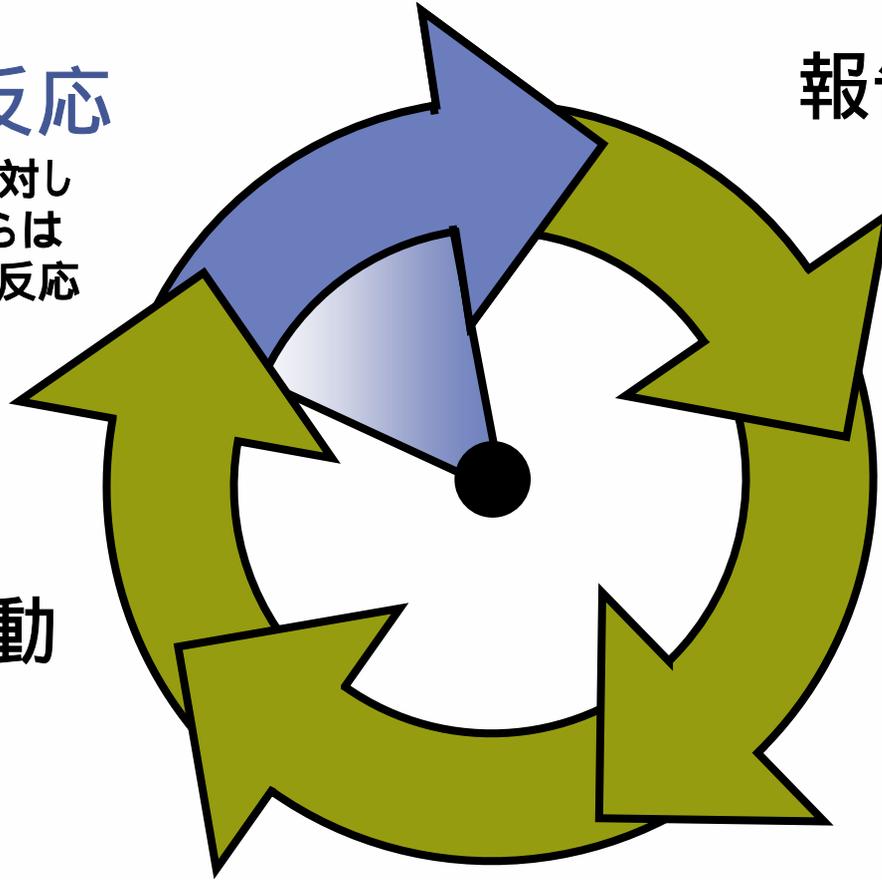
反応

全ての行動に対し  
て、訪問者からは  
必ず何らかの反応  
がある。

分析

行動

決定



# 測定すべき重要項目は？

ACQUIRE



コールセンター

コールあたりのコスト  
コールあたりの解答率  
打ち切られたコール数



ダイレクトメール

レスポンス率  
レスポンスあたりのコスト



ウェブサイト

測定すべき重要項目は？



小売店

単位面積あたりの売上  
店舗ごとの売上  
1日あたりの売上

顧客

CONVERT

RETAIN

# ウェブは最も測定し易い媒体

ビジネスゴールから解析対象を導き出す

A  
C  
Q  
U  
I  
R  
E

C  
O  
N  
V  
E  
R  
T

R  
E  
T  
A  
I  
N

# サイトタイプによる固有の目標もあるが。。



## コマース

受注総数を増やす  
平均的な受注額の拡大



## コンテンツ

1訪問者あたりのページビュー数の増加  
滞在時間の延長



## セルフサービス

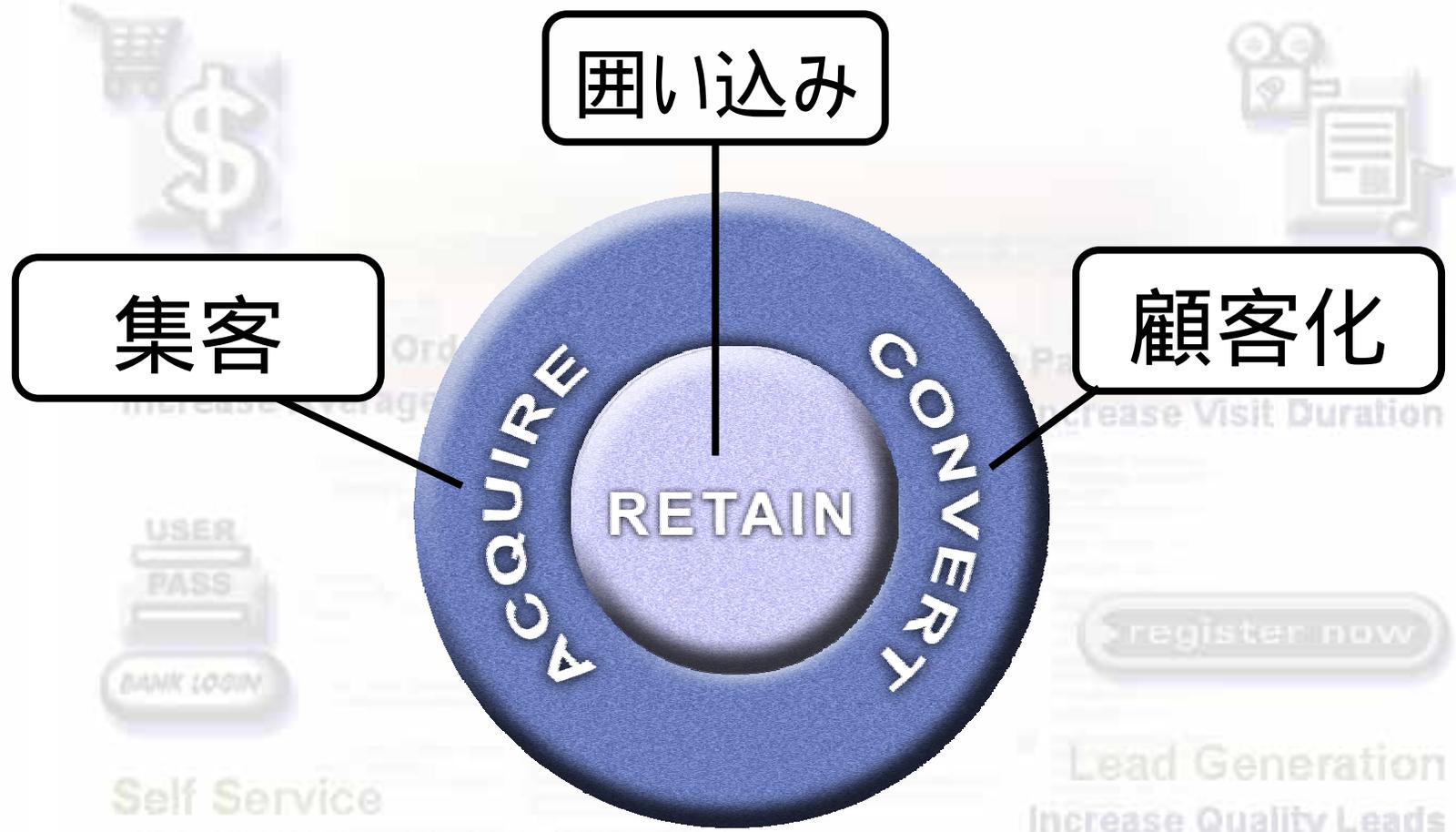
カスタマーサービスのコストの削減  
顧客のサービスニーズをオンラインで解消



## リード・ジェネレーション

優良なきっかけの増加  
獲得コストの軽減

# 普遍的な目標は？



ACQUIRE  
CONVERT  
RETAIN



Self Service  
Decrease customer service costs  
Fulfill customer service needs online



Lead Generation  
Increase Quality Leads  
Decrease Acquisition Costs

## レポートの基礎

- ❖ 用語の説明
- ❖ クッキーの使用
- ❖ データ収集の方法

# 用語の説明

- ❖ ヒット (Hit)
  - 1ページ及びそのページ上にある全てのファイルへのアクセス数
- ❖ ページビュー (Page View/PV)
  - 1ページへのアクセス数
- ❖ 訪問 (Visit)
  - 訪問者1人の継続的な行動(30分間何もしなければ、デフォルトで新規訪問となる)
- ❖ 訪問者 (Visitor)
  - クッキーまたは認証によってサイト上で追跡された特定の個人
- ❖ 訪問者の属性
  - 逆引きDNSによるドメイン名、国名、都市名の収集
  - 既存のデータベースとの統合による、その他の詳細の収集
- ❖ 動的ページ
  - 提供されるコンテンツはパラメータによって変化する

# ヒットとページビュー

ACQUIRE  
CONVERT  
RETAIN



- HIT

1ページビューだが  
100ヒット

# エントリー・ページ

- ❖ エントリー・ページでは、訪問者がサイトを訪れて最初に見たページに基づいた訪問セッションを加えるか、加えないかを設定
- ❖ エントリー・ページは画像、文書、その他
- ❖ 固有のリダイレクト・エントリー・ページを通じ、キャンペーンを追跡するのにも使用可能

# 参照元(リファラ)

- ❖ 参照URLとは、ユーザがサイトをアクセスする際にクリックしたリンクがあるページのことである
- ❖ 参照元フィルタは、参照URLやサイトをもとに、訪問セッションを加えるか、加えないかを設定できる
- ❖ WebTrendsは絶対URLを使用する
- ❖ ブックマーク、デフォルト・ホームページ、eメールのリンク、直接入力による場合は“参照元なし”となる
- ❖ セッション・タイムアウトやサイト内部のリダイレクトによって誘導された参照はフィルタによって排除可能。

# 参照元(リファラ)

www.itfrontier.co.jp

sirius.itfrontier.co.jp



Siriusサイトのログファイル上には、リファラとして  
www.itfrontier.co.jp/ が記録される。

ACQUIRE  
CONVERT  
RETAIN

# 固有訪問者の特定

- ❖ IPアドレス
- ❖ ドメイン名 (逆引きDNSの使用)
- ❖ 認証ユーザ名
- ❖ クッキー



# クッキーの使用

- ❖ パーシスタントクッキー (永続・永久クッキー)  
セッション間で変化することはない  
IPアドレス、プロキシ、ファイヤウォールの変更にかかわらず、固有の訪問者を特定することができる
- ❖ ファーストパーティクッキー 対 サードパーティクッキー  
例えば、Internet Explorer では現在6段階のプライバシー設定が可能  
ファーストパーティのクッキーは最も排他的な設定にしない限りブロックできない
- ❖ セッションクッキー  
固有の訪問者を特定する上でIPアドレスより精度が上  
永続クッキーよりは精度が低い

# データ収集方法の種類

## ❖ サーバ側のログファイル

サーバは全リクエスト情報をログファイル上に記録

ログファイルの各行はサーバに対するリクエスト、そのリクエストに対するレスポンス及びレスポンスタイム等を表示

ウェブサーバ、プロキシサーバ、ストリーミング・メディアサーバに適用可能

## ❖ クライアント側のスクリプト

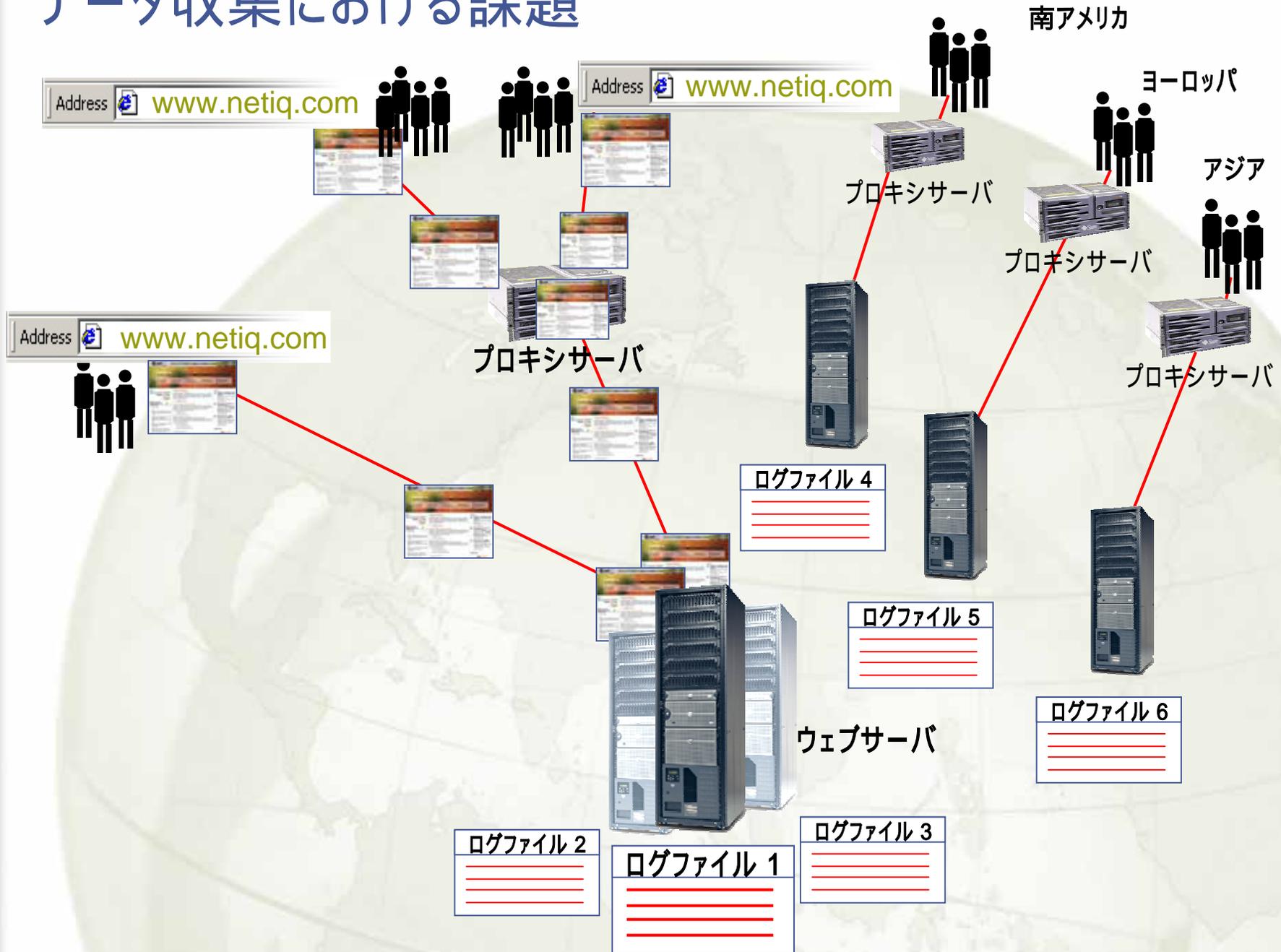
HTMLページに埋め込まれている小さな JavaScript コード

ブラウザ上に、目に見えない1ピクセルx1ピクセルのイメージタグのロード

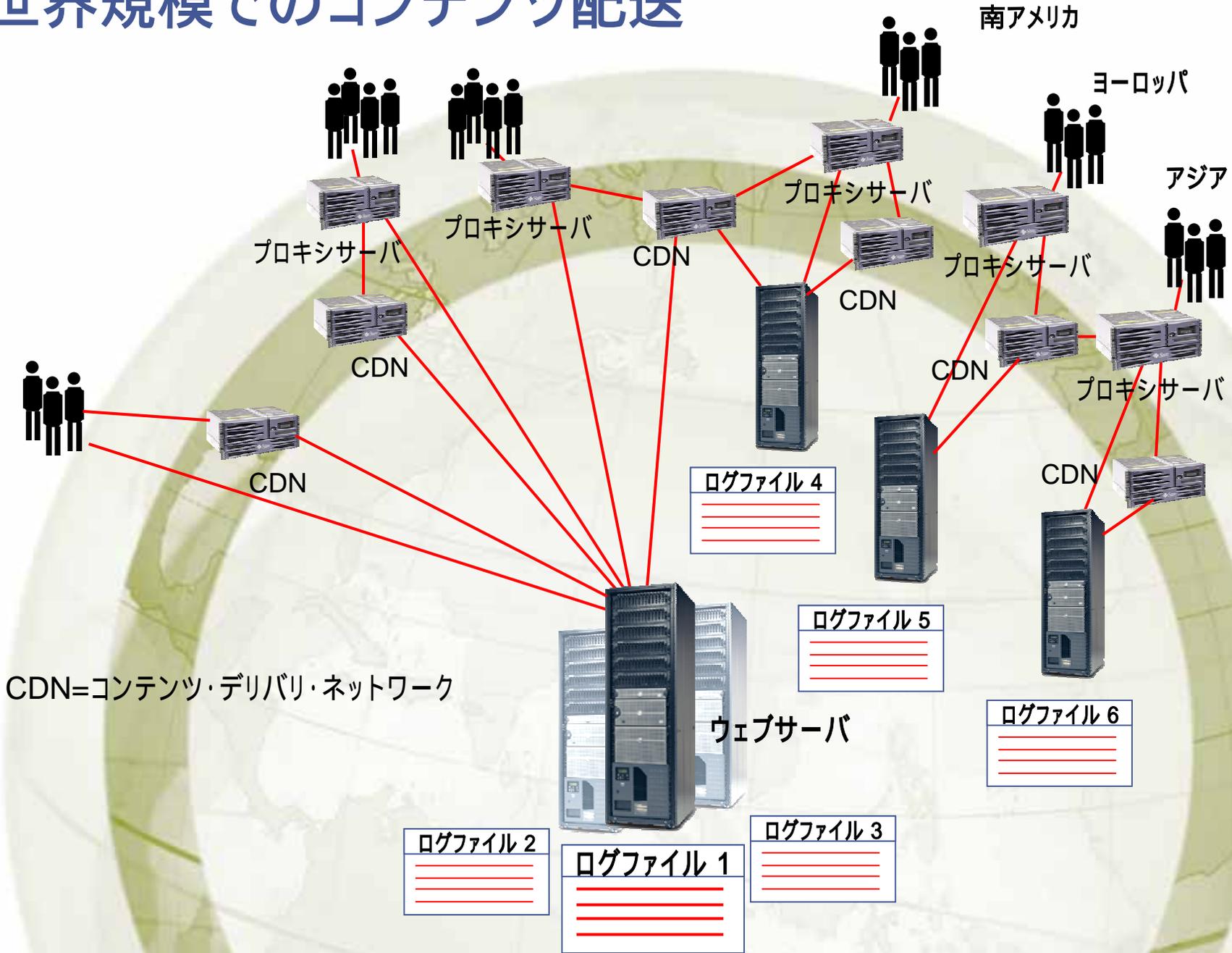
収集された情報は分析され、データベース内に保管される

ウェブサーバとのインタラクションはない

# データ収集における課題



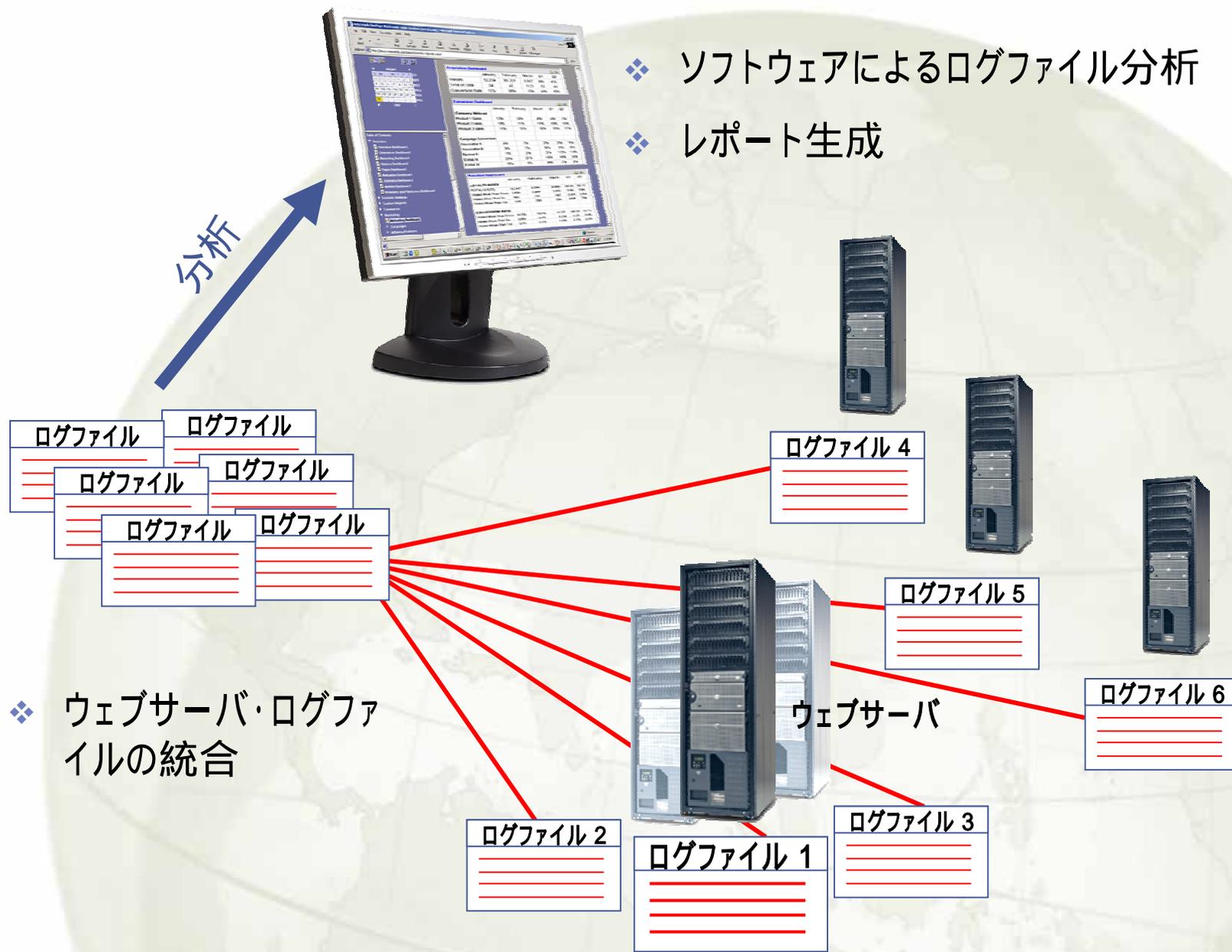
# 世界規模でのコンテンツ配送



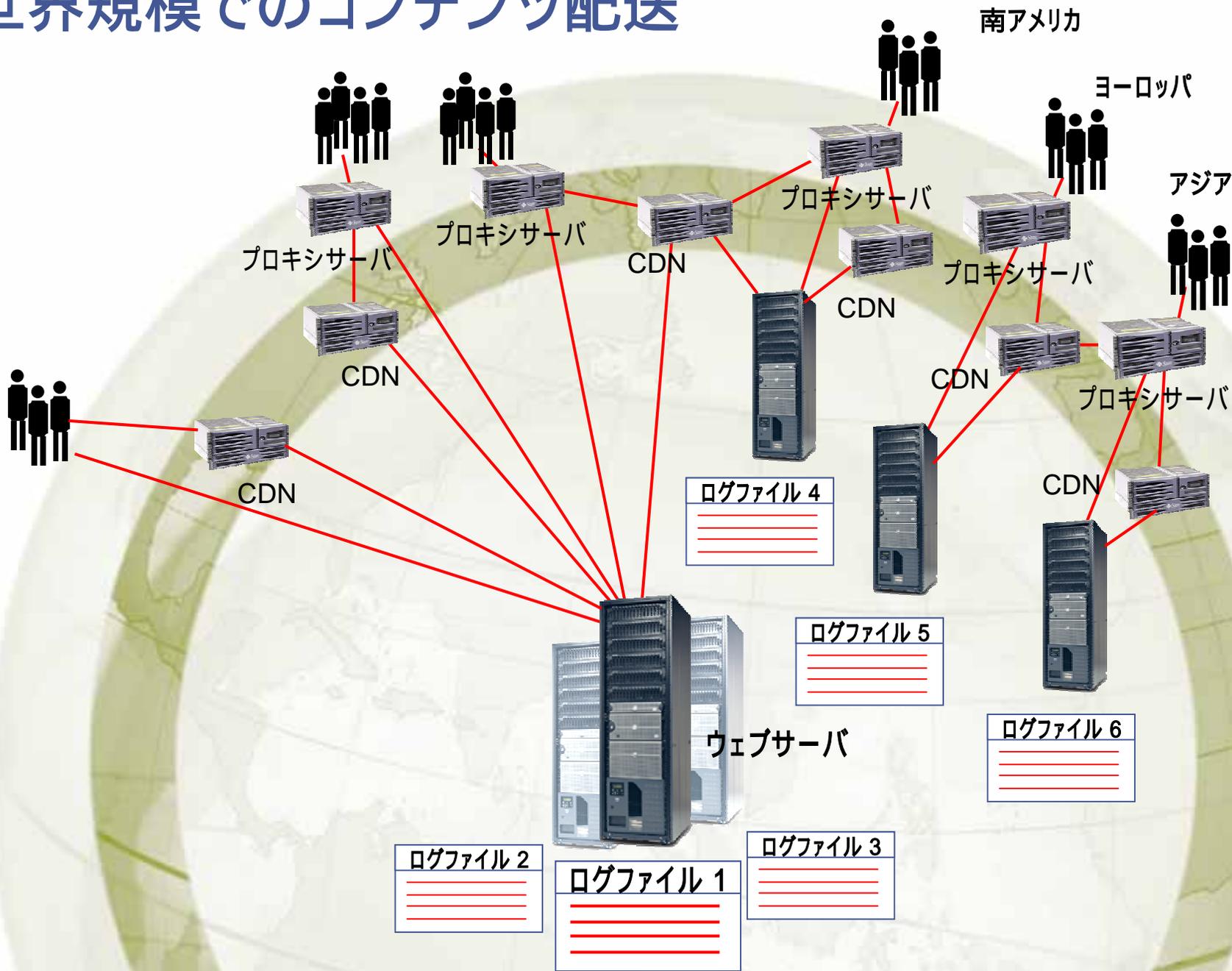
ACQUIRE  
CONVERT  
RETAIN

# 従来のログファイル分析

ACQUIRE  
CONVERT  
RETAIN

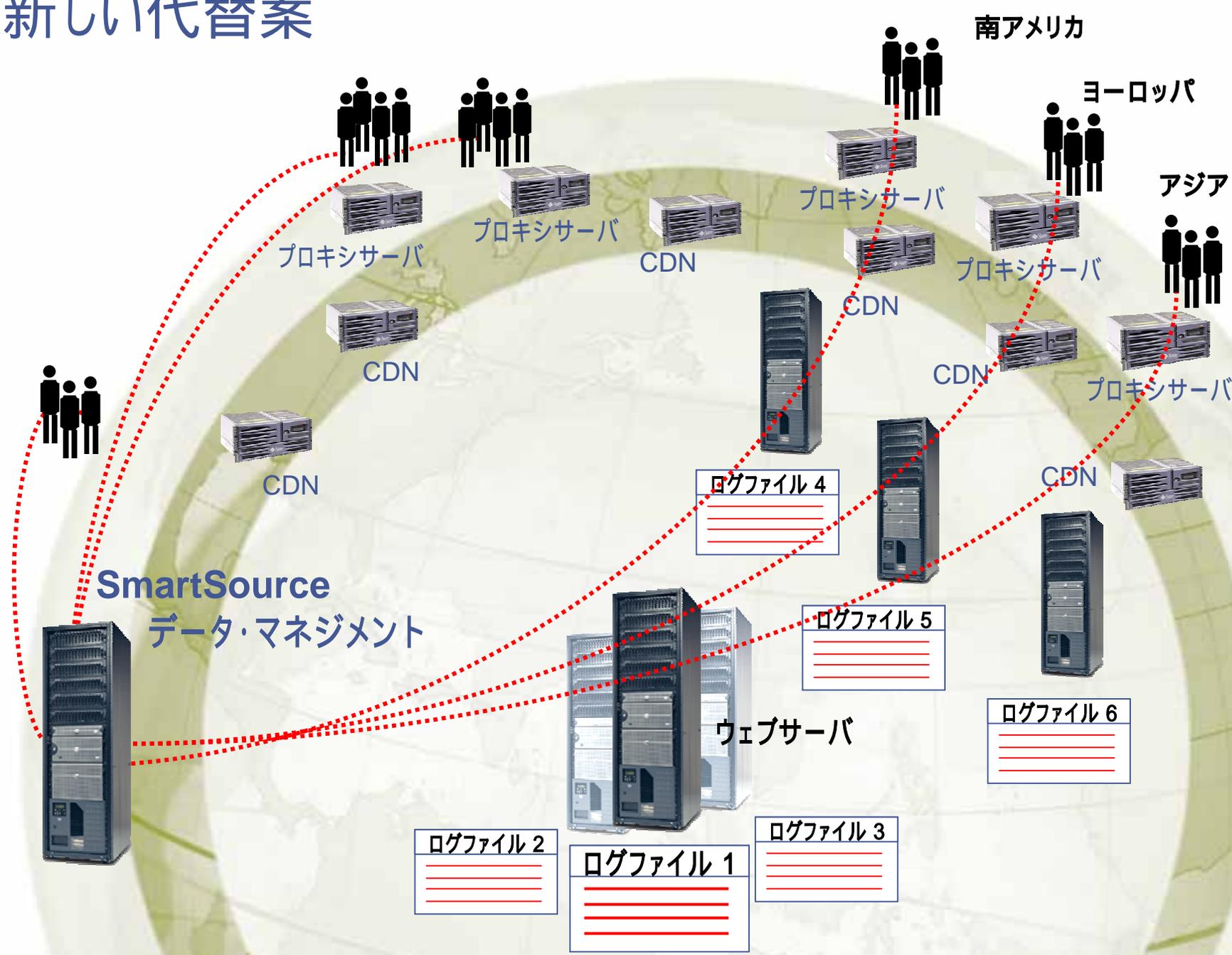


# 世界規模でのコンテンツ配送



# 新しい代替案

ACQUIRE  
CONVERT  
RETAIN



# WebTrends SmartSource

ACQUIRE  
CONVERT  
RETAIN



- ❖ データ収集はもはやコンテンツ配送に依存することはない
- ❖ 訪問者のウェブブラウザからウェブデータを収集

- ❖ 単一のデータソース
- ❖ より高速なデータ処理
- ❖ 精度の向上

# ケーススタディ: Hasbro

## 1つの会社で複数ドメインを運営



[www.hasbro.com](http://www.hasbro.com)



[www.tonka.com](http://www.tonka.com)



[www.gijoe.com](http://www.gijoe.com)

# ケーススタディ: Hasbro

## SmartSourceを採用する理由

- ❖ 製品グループ・ドメイン毎に存在する多数のログファイルを一括して管理
  - 35の異なるウェブサイト
  - 90以上の製品ブランド
- ❖ 複数ウェブサイトにもたがる訪問者の経路を追跡
  - 例えば、GI Joe から Tonka から Play-Doh へ
- ❖ 関係会社が多数あるので、関係サイトにおける行動を測定

# ケーススタディ: 米国社会保障庁

## SmartSourceを採用する理由

- ❖ トラフィックの大部分は Akamai と AOL にキャッシュされている
- ❖ より正確な訪問者統計を提供
- ❖ サーバ・ログファイルよりも管理し易い

The screenshot shows the homepage of Social Security Online. At the top left is the Social Security Administration logo. The main header reads "Social Security Online" with the tagline "The Official Website of the Social Security Administration" and a "FIRST GOV" logo with a "Subscribe Here" link. A navigation bar contains links for "Forms", "Top Ten", "Other Sites", "Search Site", "Site Map", and "Privacy Policy". Below this is a secondary navigation bar with "eNews" (Subscribe...It's Free!), "Benefits Planners", "Online Services", "Social Security Statement", and "Medicare Card Replacement". The main content area includes a "Quick Start" menu with links for "Understanding Social Security", "How To ...", "Search", "Services Online", and "Contact Us". A "Questions??" section features a dropdown menu for "Select Category" and a "Go" button. A "Help us! Help us help you" section asks users to complete a survey. A "Happy Birthday to Social Security" section commemorates the 67th anniversary (Aug. 1935 - Aug. 2002) with a circular logo. A "Benefits Information" section lists links for Retirement, Disability, Survivors, Supplemental Security Income, and Publications, along with an "Information in other languages" link.

# WebTrends SmartSource のメリット

- ❖ 単一かつ連続的なデータソース
- ❖ データ収集及び管理の簡略化
- ❖ より正確な訪問者統計
- ❖ より高速な処理
- ❖ 確実なクッキー使用をサポート



## 製品ラインアップ

- ❖ Log Analyzer 7.0
- ❖ Analysis Suite 7.0
- ❖ Reporting Center 6.0

# WebTrends 製品ポートフォリオ

## 概要及びオプション

ACQUIRE

CONVERT

RETAIN



# WebTrends 製品ポートフォリオ

## Log Analyzer 7.0

ACQUIRE

CONVERT

RETAIN

個別顧客分析

ウェブ  
トラフィックの  
レポート

ウェブ  
トラフィックの  
レポート

Log Analyzer  
7.0

ウェブアクセス解析へのエントリー・  
ポイント - ウェブトラフィックに関  
する基本レポートを提供

# WebTrends Log Analyzer 7.0

## ❖ レポートのレベル

ウェブトラフィックに関する基本レポート  
レポートには以下が含まれる:

- 訪問者数、ページビュー数のカウント
- 最も人気のあるページ
- サイトエラー

## ❖ 最適な環境

小規模ビジネス

基本的なウェブサイトを有する組織

ウェブサーバを1台有するサイト

## ❖ ロードマップ

次期バージョン (Log Analyzer 8.0) を本年度中にリリース予定



# WebTrends 製品ポートフォリオ

## Analysis Suite 7.0

ACQUIRE

CONVERT

RETAIN

個別顧客分析

ウェブ  
トラフィックの  
レポート

Analysis  
Suite  
7.0

基本レポート+URL変数の  
解析、複数サーバへの対応  
など応用機能を装備

ウェブ  
トラフィックの  
レポート

# Analysis Suite 7.0

## ❖ レポートのレベル

スタンダード及びアドバンストエディション

訪問者数

URLパラメータの分析

ストリーミングメディアのログ分析

複数ウェブサーバへの対応

## ❖ 最適な環境

基本的なウェブサイトを有する組織

単一ユーザ

1～4台のWebサーバを有するウェブサイト

## ❖ ロードマップ

次期バージョン(Log Analyzer 8.0)に統合予定



# WebTrends 製品ポートフォリオ

## Reporting Center

ACQUIRE  
CONVERT  
RETAIN

訪問者  
行動分析

Reporting  
Center

ウェブ訪問者の行動分析  
- 旗艦製品

ウェブ  
トラフィックの  
レポート

ウェブ  
トラフィックの  
レポート

# WebTrends Reporting Center

## ❖ レポートのレベル

eビジネス及びエンタープライズエディション

ウェブ訪問者の行動分析

マーケティング・キャンペーンの分析による集客率の測定

シナリオ分析による購買率・顧客転換率の測定

訪問者のセグメント化による優良顧客率の測定

いかなる質問にも答えることができるカスタムレポート

## ❖ 最適な環境

戦略的なウェブ・イニシアティブを有する組織

複数ユーザ

あらゆる規模のウェブサイト

## ❖ ロードマップ

次期バージョン開発中(米国での発売は2004年3月を予定)



# 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/>
- ❖ E-mail: zm\_wt@itfrontier.co.jp
- ❖ 電話: 03-6221-5200



# 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](mailto:zm_wt@itfrontier.co.jp)
- ❖ 電話: 03-6221-5200

