

目標を達成するための具体的な施策とは？

本日はセミナーにご参加いただき ありがとうございます

- 12:45にセミナーを開始いたします
- マイクをオフにさせて頂いております。周囲で音がしてもセミナーには影響ありませんので、ご安心下さい
- ぜひ、メモをご用意ください
- ご質問はzoomのチャットから受け付けます



あきばれホームページ

目標を達成するための具体的な施策とは？

株式会社WEBマーケティング総合研究所

2021/06/10

本日の目次

1. 前回の復習(アクセス解析を使ってページを自己評価する)
2. 改善点別の具体的な施策6選
 - ・アクセス数が少ない
 - ・お問い合わせページにアクセスが少ない
 - ・サービス案内ページにアクセスが少ない
 - ・ページの滞在時間が短い、離脱率が高い
 - ・問い合わせページにアクセスはあるがCVしない
 - ・直帰率が高い
3. まとめ

前回の復習

(アクセス解析を使ってページを自己評価する)

アクセス解析見る重要性

作りっぱなしで放置していませんか？（作りっぱなしで、何も改善を行わないとお問い合わせが増えません。）

アクセス解析を見ることは、定期検診で悪いところを見つけて、何を改善するのか見つけるイメージです。

ホームページの悪いところを見つけてアクセスを増やすため、お問い合わせを増やすために何が必要か考える上でとても重要です。

ページを評価するときのポイント

1 月間でどれくらいのアクセスがあったか

2 月間の平均ページ滞在時間は適切か

3 次に見てほしいページ or 次にみたくなるであろうページに移動しているか

今月の改善点を見つける

実際にアクセス解析を開いて改善点がないか確認して書き出してみてください。

目標と施策が思いつかないといった方がほとんどかと思います。

今回、改善点を見つけ出しておいていただくことで、次回のウェブセミナーにてどのような施策が良いのか具体的に決められるようになると思います。

例)

- トップページやサービス個別ページからお問い合わせページに行っていない
- お役立ち情報ページからサービスページに行っていない
- 作ったページの滞在時間が短い、離脱率が高い

改善点別の具体的な施策

アクセス数が少ない

そもそもホームページ全体のアクセス数が少ない場合はまず
経路別のアクセス数を確認してください。

キーワードの順位が思った
よりも上がっていない

キーワードを検索して上位
10サイトを確認

足りないコンテンツを
追加

キーワードの順位が上がっ
ていた場合

Search ConsoleでCTRと
表示回数を確認

CTRが悪い場合、title、
descriptionタグ改善

表示回数が少ない場合、
他のキーワードを狙う

どちらも問題ない場合、他
のキーワードを狙う

お問い合わせページにアクセスが少ない

お問い合わせページへの遷移元ページを確認してください。

トップページ・サービス紹介ページからお問い合わせページに**流□がある**場合

トップページ・サービス紹介ページのアクセスをさらに増やす必要がある

アクセス数が多いページから、サービス紹介ページへの**誘導リンクを増やす**

トップページからサービス紹介ページへの**誘導を増やす**

サイト全体のアクセス数を**増やす**

トップページ・サービス紹介ページからお問い合わせページに**流□がない**場合

トップページとサービス紹介ページからお問い合わせページに**誘導リンクを貼る**

サービス案内ページにアクセスが少ない

■お役立ち情報ページからサービス案内ページにアクセスがない場合
考えられる原因と対策は

- ・専門性の高さが伝わっていない
 - ↳文章量を適切にする、素人でもわかりやすい文章にする

■トップページからサービス案内ページにアクセスがない場合
考えられる原因と対策は

- ・サービスの概要がユーザーに魅力的でない
 - ↳ユーザーのサービス選びの基準をみなおして魅力的な文章にする
- ・サービスの概要にたどり着くまでの項目で興味を持ってもらえていない
 - ↳いきなりサービスを紹介するのではなく、選ばれる理由や、特徴などを記載しておく
- ・リンク
 - ↳サイドメニューや ヘッダーメニューからリンクを貼る
 - ↳アクセスが多いページからサービス案内ページへリンクする

■特徴・選ばれる理由ページからサービス案内ページにアクセスがない場合
考えられる原因と対策は

- ・競合他社と差別化できていない(特徴・メリットが明確でない)
 - ↳メリットをベネフィットに変える、競合と比べて御社の魅力となることを記載する



ページの滞在時間が短い、離脱率が高い

まず、経路別のアクセス数を確認してください

検索経由からのアクセス数が多い場合

上位表示しているキーワードを調べてる□が知りたい情報を想像する

調べてる□が知りたい情報がページにあるか確認しなければ修正

同じサイト内で他のページからの遷移が多い場合

遷移元のアンカーテキストとページの内容があっているか確認

あってない場合、アンカーテキストを修正

あっている場合、他のページからリンクする

ページの滞在時間が短い、離脱率が高い

経路別のアクセス数の確認ができたなら、基本的なことができているか確認

- 出しを適切に使っているか
- 画像を適切に使っているか
- 装飾を適切に使っているか
- 外部リンクを貼る場合、新しいウィンドウで貼っているか

<https://jimu.support-hp.jp/category/2018136.html>



問い合わせページにアクセスはあるがCVしない

■問い合わせページにアクセスがあるにも関わらず、フォームからお問い合わせがないという場合
考えられる原因と対策は

- ・フォームの項目が多すぎる
 - ↳項目はできるだけ最小限に、序盤の設問は簡単なものにする
- ・外部リンクや、その他気になるコンテンツが設置されている
 - ↳問い合わせページにはできる限り出口を作らない
- ・問い合わせの条件や、ハードルが高い
 - ↳「まずは無料相談」などで、お問い合わせのハードルを下げる



- ❖ アクセス解析を使ってページを自己評価して改善点を見つける
- ❖ 改善点が見つかったら今月の目標を立てて施策を実施する(P)
- ❖ ここからPDCAを回してください

どんどんコンテンツを作っていたいくことはとても素晴らしいことです。ですが、作っていただいたページがどうであったか確認しながら行うことでより質の高いコンテンツが作れるようになります。是非PDCAを意識していただきながらホームページの更新を続けてください。

まだまだコロナは続きますが・・・

次回は、来週木曜日の12:45～13:30の予定です

テーマ：ページエクスペリエンスよりもコンテンツの質が重要！

**新型コロナウイルスに負けずに
がんばりましょう！**