

Googleanalyticsの活用法

～初級編～

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



あきばれホームページ

Googleanalyticsの活用法 ～初級編～

株式会社WEBマーケティング総合研究所

2022/02/17

本日の目次

1. セミナーのゴール
2. Googleanalyticsを使う前に”仮説”を立てよう
3. 検証することが多い2つの仮説
4. 仮説を検証する手順
5. まとめ



1. セミナーのゴール



本日のセミナーのゴール

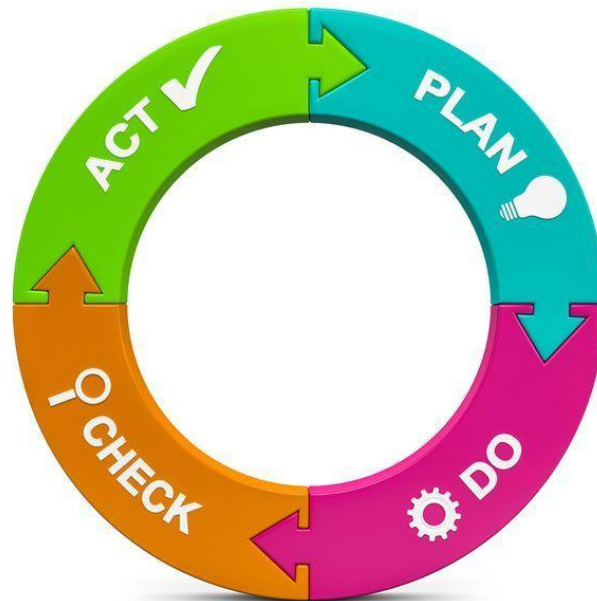
Googleアナリティクスを使って
仮説を検証できるようになる

2. Googleanalyticsを 使う前に”仮説”を立てよう

ホームページで成果を出すためにはPDCAが大切

PDCAとは

1. Plan(計画を立てる)
2. Do(実行)
3. Check(評価)
4. Act(改善)



の4段階を繰り返すことで物事を改善していく手法です。

ホームページにおけるPDCAの考え方

point

1ヶ月単位でPDCAを回す

P

月に1件のお問合せを獲得するために、200件のアクセスをチラシ経由で集める

D

商圈にチラシを20,000枚配り、そのチラシにHPのQRコードをつけて誘導した

C

チラシ経由でアクセスを集められたか、チラシ経由のアクセスはお問合せに繋がったか

A

チラシ経由でアクセスは集まったけど、お問合せに繋がらなかった
その原因はトップページにあるので、トップページを改善する

GoogleanalyticsはCheckのために使うツール

P 月に1件のお問合せを獲得するために、200件のアクセスをチラシ経由で集める

D 商圈にチラシを20,000枚配り、そのチラシにHPのQRコードをつけて誘導した

C チラシ経由でアクセスを集められたか、チラシ経由のアクセスはお問合せに繋がったか

A チラシ経由でアクセスは集まったけど、お問合せに繋がらなかった
その原因はトップページにあるので、トップページを改善する

CheckはPlanを検証するために行う

P 月に1件のお問合せを獲得するために、200件のアクセスをチラシ経由で集める

C チラシ経由でアクセスを集められたか、チラシ経由のアクセスはお問合せに繋がったか

Google analyticsで確認すべきは...

1) チラシ経由でアクセスを集められたか

・流入別のアクセス数を確認し、チラシ経由(ダイレクト)のアクセス数が200に達しているか確認

2) トップページに入ってきたアクセスがお問合せページまで遷移しているか

Google analyticsでは色々な数値が見れるが故に、見るポイントを絞らないと時間を浪費してしまう。

時間を浪費しないためには、“仮説”を立てて、見るべきポイントを絞ることが大切。

3. 検証することが多い2つの仮説

検証することが多い2つの仮説

A

想定している流入経路からアクセスが集められるか

B

アクセスがお問合せに繋がっているか

4. 仮説を検証するポイント

仮説Aを検証する手順

▼流入別のアクセス数を確認する場所

集客>すべてのトラフィック>チャンネル

▼表示される言葉の意味

・Organic Search: 検索エンジンからの流入 (Google,yahoo,bing)

※1.リスティング広告は含まない

・Direct: 何かを経由していない流入 (QRコード・お気に入り・URLを直接入力など)

・Referral: 他のWebサイトからの流入

・Social: SNSからの流入

仮説Bを検証する手順

▼ 流入別のアクセス数を確認する場所

行動>行動フロー

▼ 確認するポイント

- ・アクセスが多いページから、お問合せページまで誘導できているか
- ・サービス紹介ページから、お問合せページまで誘導できているか

5. まとめ

まとめ

- Googleanalyticsは様々な数値が見れるが、見るべきポイントを絞らないと時間を浪費する
- 見るべきポイントを絞るためには、まず”仮説”を立てる
- まずはどの経路からアクセスがあるのか、アクセスがお問合せに繋がっているかを確認しましょう



ご清聴いただきありがとうございました

来週も、木曜日の12:45～13:30を予定しています

次回：**未定**