CSS Nite
Beginners

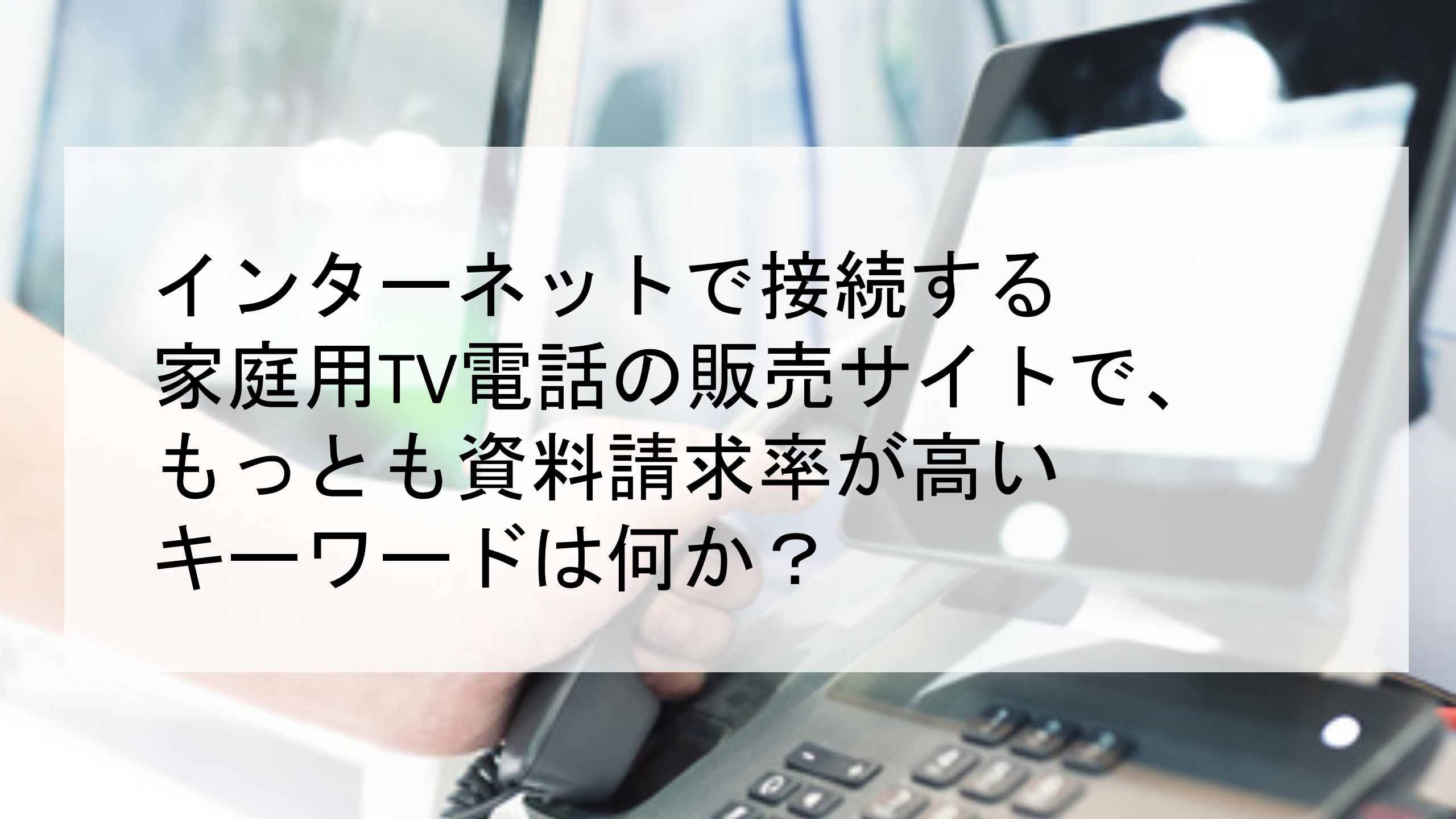
基礎からのウェブ解析

2019.4.23 tue

ビジネスの成果につなげるためのウェブ解析

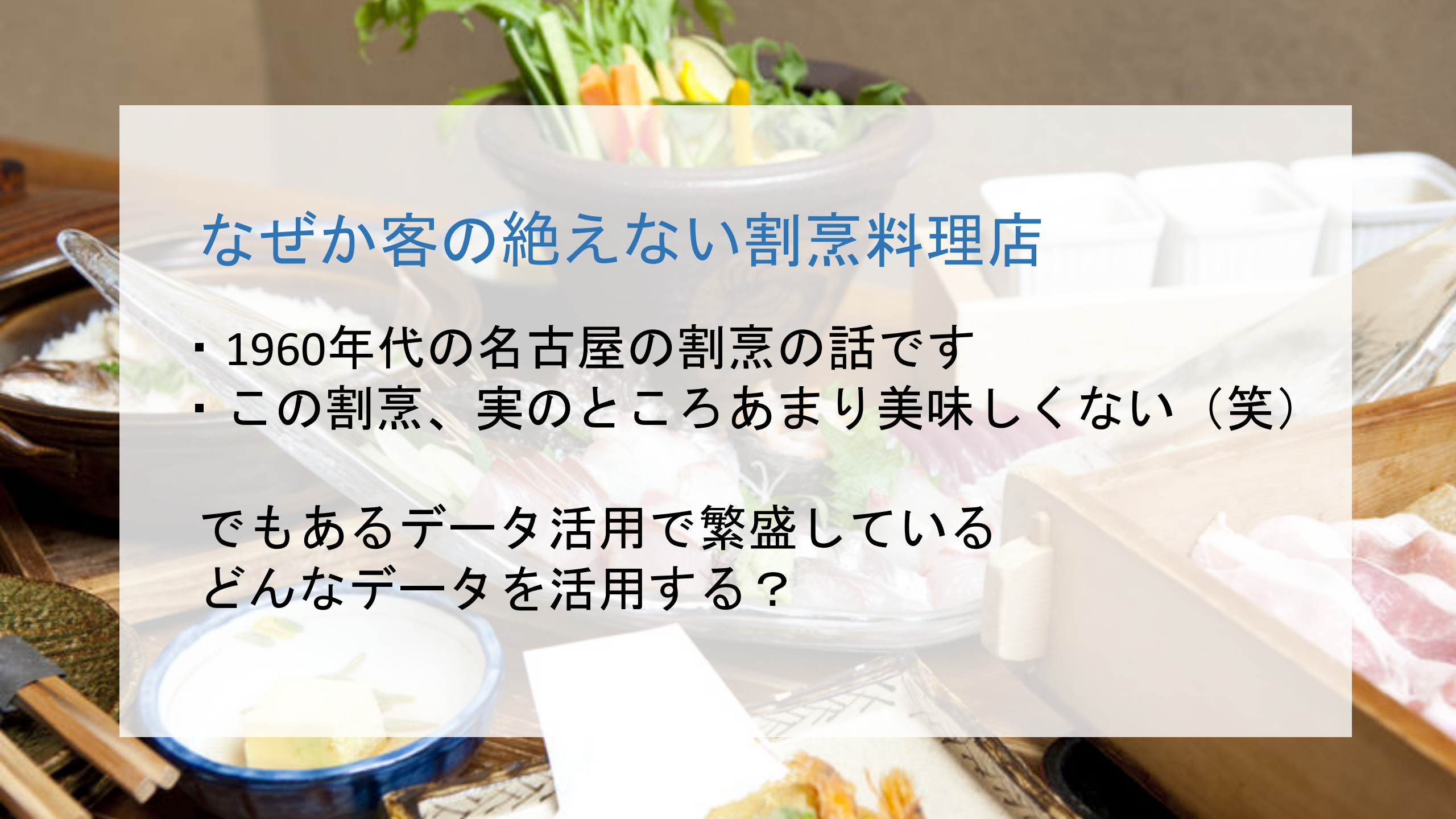
井水 大輔
@lmidai





インターネットで接続する家庭用TV電話の販売サイトで、もっとも資料請求率が高いキーワードは何か？

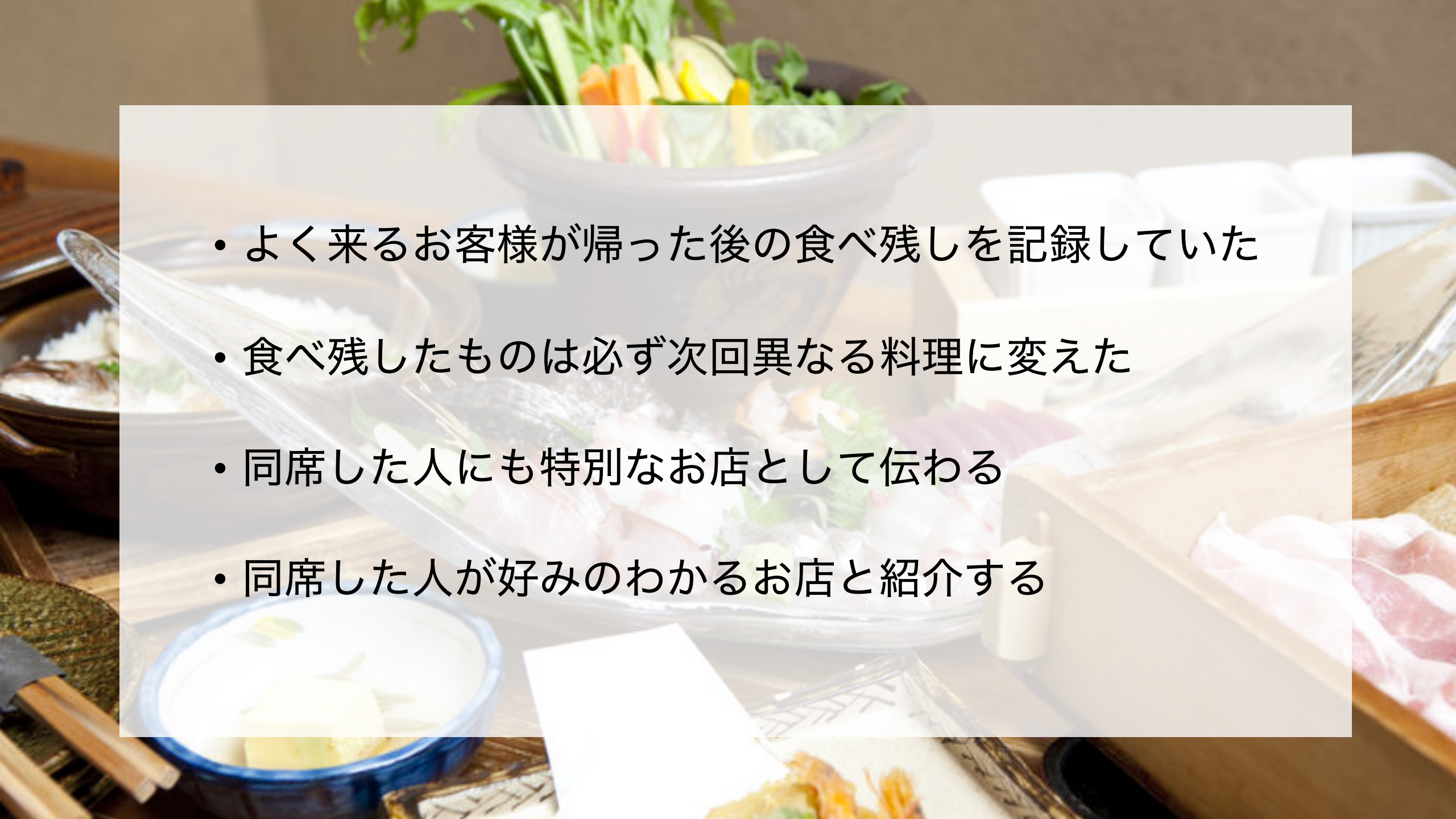

手話



なぜか客の絶えない割烹料理店

- 1960年代の名古屋の割烹の話です
- この割烹、実のところあまり美味しくない（笑）

でもあるデータ活用で繁盛している
どんなデータを活用する？



- よく来るお客様が帰った後の食べ残しを記録していた
- 食べ残したものは必ず次回異なる料理に変えた
- 同席した人にも特別なお店として伝わる
- 同席した人が好みのわかるお店と紹介する

売りながら調べ、調べながら売る

- 人のカンと経験は当てにならない
- 日本人は調べながら売って製品をよくしていた
- データを見てマーケティングをしましょう



井水 大輔　Imizu Daisuke

ウェブマーケター / ウェブアナリスト

- 株式会社エスファクトリー
- ウェブ解析士マスター
- LinkedInラーニング トレーナー

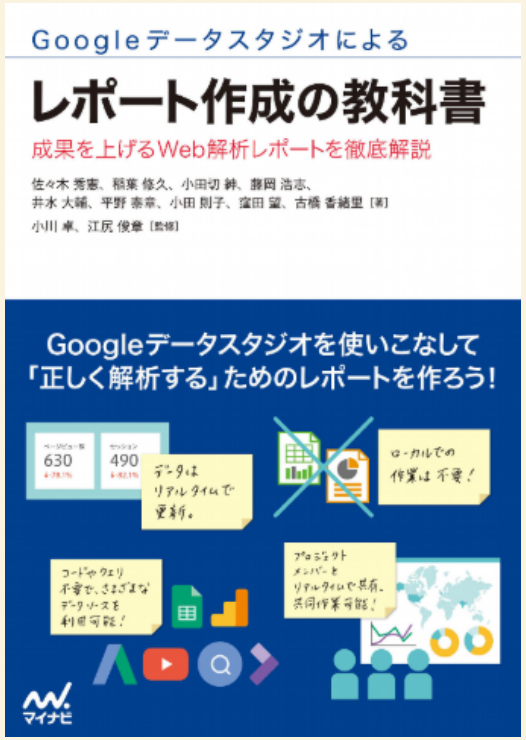


著書・寄稿

企業ホームページとネットマーケティングの実践情報サイト

Web担当者 Forum

web-tan forum











「Google データスタジオ入門」、「売上UPにつながるSEO講座」など

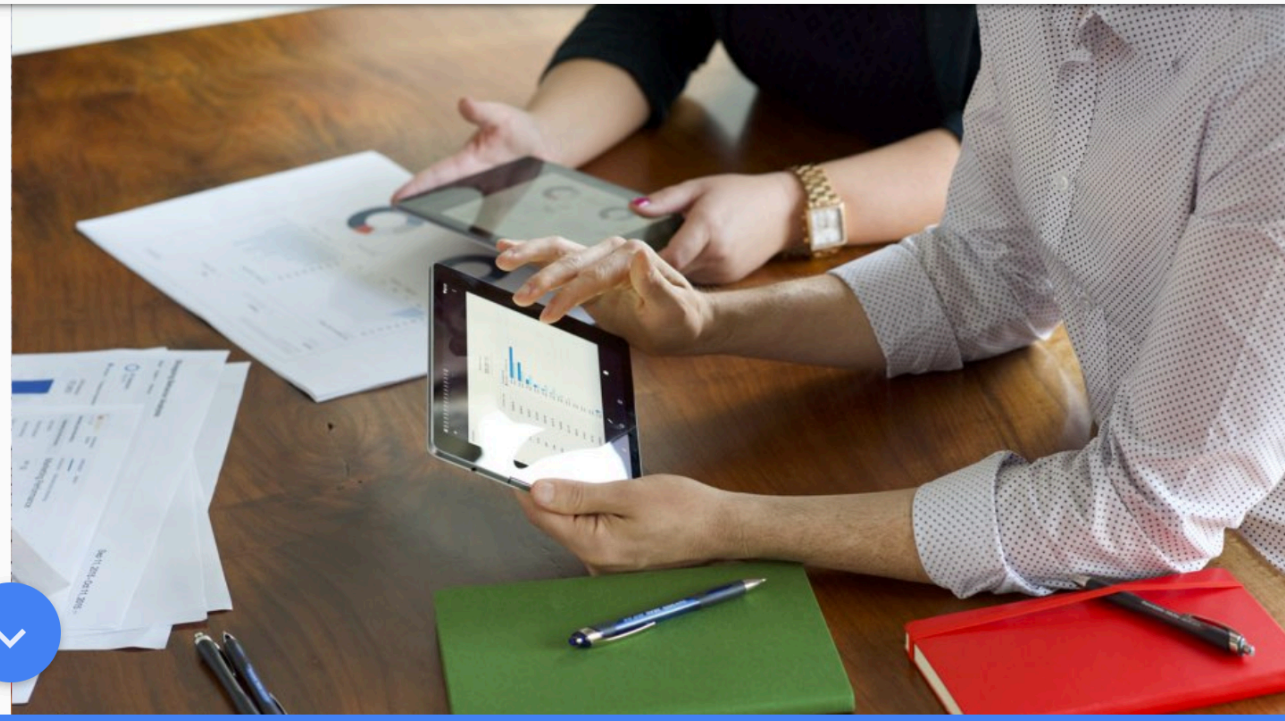
みなさん解析やってますか？

1. 解析はやってない
2. たまにGoogleアナリティクスを見ている
3. 毎日データと向き合っている
4. 解析なら任せとけ！

Grow with Google

無料のオンライン コースでアナリティクスを学びましょう

アナリティクス アカデミーでは、Google のデータ分析ツールについて学習できるため、高度なデータ収集と解析を通じてビジネスを拡大する助けとなります。



アナリティクス アカデミー コース

Google アナリティクス 初級者向けコース

アカウントの作成やトラッキング コードの実装、基本レポートの分析、目標とキャンペーン トラッキングの設定など、Google アナ

Google アナリティクス 上級者向けコース

データの収集、処理、設定や、より高度な分析ツールやマーケティング ツールなど、Google アナリティクスの高度な機能について学

Google アナリティクス 360 入門コース

標準版のサービスにはない Google アナリティクス 360 の高度な機能、BigQuery、Google マーケティング プラットフォーム

Google タグ マネージャーの基礎コース

Google タグ マネージャーを活用することで、マーケティング担当者、アナリスト、デベロッパーがタグを設定したり管理したりする

目次

・ウェブ解析のプロセスとKPIについて

・分析のポイントを抑える（ワーク）

ウェブ解析のプロセス



とりあえずデータを見てはいけない

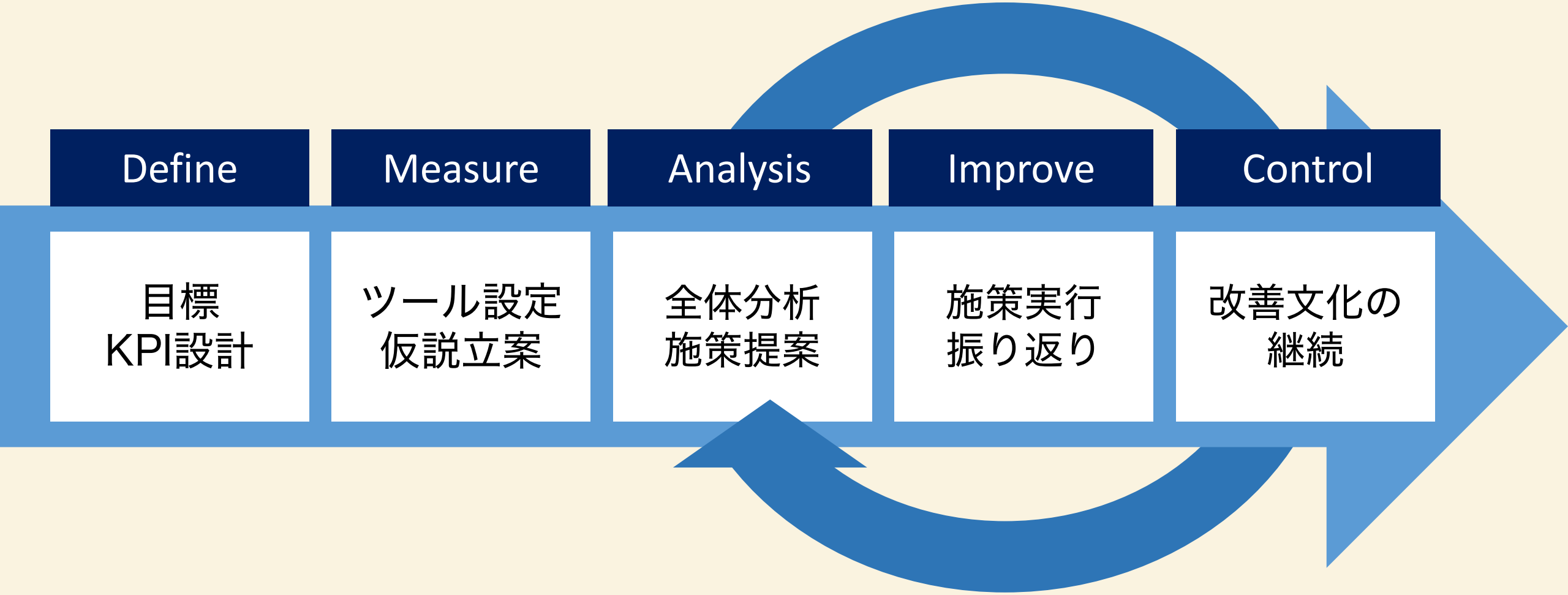
膨大なデータをただ眺めていても意味がない

1つずつ見ていても改善に活かせない

大原則は「仮説検証」

ウェブ解析のプロセス

データを活用したサイト運営はDMAICプロセスで



改善のPDCA

つまりやることは

1. 目標設定（KPI設計）
2. 仮説出し
3. 分析
4. 改善施策
5. レポート作成＊必要な場合

1. 目標設定

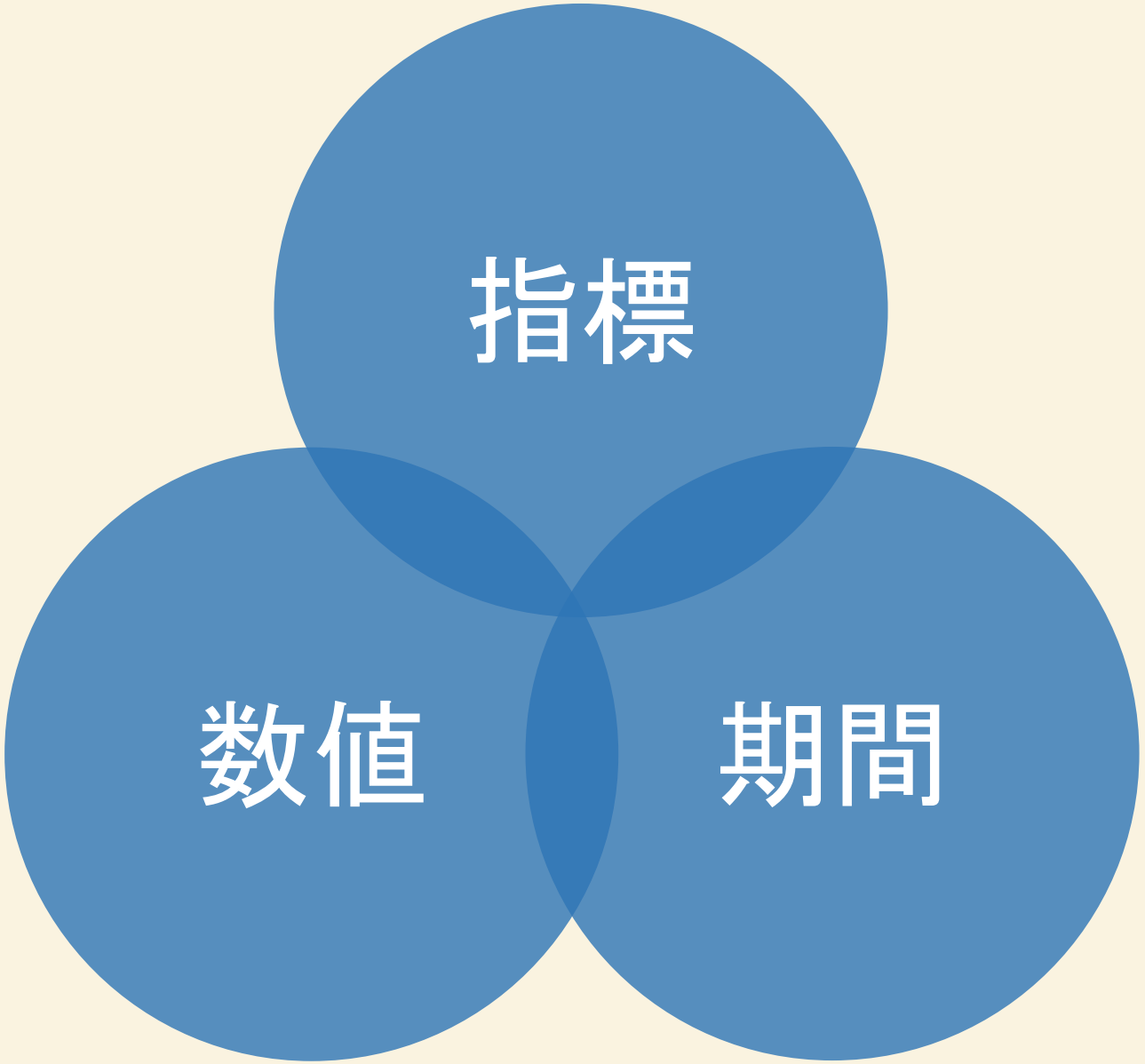
～KPI設計～

目標設定とKPI

目標：いつまでにどの山を登るかを決める

KPI：山の登り方を決める、必要な準備をする

設計3つの要素



項目1 ビジネスについての理解

・対象サイトのビジネスモデル
・サービスのターゲットユーザー
・同業他社の有無
・差別化ポイント
・サイトの運用体制

項目2 これまでの取り組み

・目標とKPIがどのように決められたか（値や期間の決め方）
・導入しているツール
・今まで行ってきた施策（集客・導線）
・PDCAの回し方
・レポートの有無

項目3 ゴールと課題

- ゴール（目標）とそれを達成するための課題
- サイト運営上の問題
- 今後考えてる変更（や変化）
- 改善プロセス

賢く目標（KPI）を定めるチェック項目

Specific　　：具体的か

Measurable　：計測可能か

Actionable　：実効性があるか

Realistic　　：現実的か

Time-bound　：期限はあるか

東京のジュエリーショップ

元の目標（KPI）

- 売上UP
- ネットショップ改善
- アクセス10,000

新しい目標（KPI）

- 店舗への送客
- 修理リフォームフェアの申込月5件
- 宝石のお手入系コンテンツページへのランディング月300件



2. 仮説出し

仮説の出し方

特定の課題を持ったユーザーに
なりきって使ってみる

何を分析するかにつながる

セミナー開催情報

CSS Nite以外のセミナーへのお問い合わせは、
それぞれのイベントの主催者までお願いします。



ライブ配信セミナー『現場学校 02』

全国各地から場所を問わず参加できる、ライブ配信セミナー『現場学校』第2弾。4月1日〜5月31日まで開催

4月から5月 ライブ配信

詳しく見る



CSS Nite ビギナーズ「基礎からのウェブ解析」

「Google アナリティクスのコードを入れてはいるけれど、管理画面を眺めているだけ、という方向けに、基礎からガッツリ学べるセミナーです。

4月23日[火] 東京

詳しく見る



CSS Nite in Osaka, vol.51「Photo & XD Direction」

「デザイナーとディレクターのための撮影ワークショップ」をテーマに開催します。

5月18日[土] 大阪

詳しく見る



CSS Nite in Sapporo, vol.22 「デザインを語る夕べ」

ゲストハウスのイベントスペースを使って、飲食をしながら、その間にセミナーをはさむという形式にて開催します。

6月28日[金] 札幌

詳しく見る



WebディレクターMeet



CSS Nite in Kobe, vol.40



CSS Nite LP62「Webア



仮説を立てユーザーとして使ってみる

・サイトを利用して気づきをメモする

```
■口コミでの指名ワード流入？もしくはSNSが多い？
●セミナー開催情報。
CSSNite以外のセイナー情報も記載しているんだ。
日程や場所で絞り込めないのかあ？
●どんなセミナーがあるか気になる
ひとつづつみていかないとダメか？
●詳細みると外部サイトに飛ぶ
セミナーごとにスタイルが違うのか。なんか選びずらいな。
●参加日時が気になる。夜のセミナーとかぱっと見時間わかればいいんだけどなぁ。
●過去のはみれないのかな？
●アーカイブはセミナーのアーカイブか？
無料のコンテンツはどこから見れるんだろう？
●フォローアップページ？ってなに？
ID/PASSいるの？
●メニューにないな
●動画一覧ないのかな？
見たい動画探しにくいな。解析に関する動画見つからない。
●動画概要がわからないな、どんな内容だろう。タイトルがもないな。
●ちょっと探すのがしんどい。動画サーフィンできないのか？TOPにもどるのはどこだ？
```

・URL構造をメモしておく

```
●HOME
index.html

●セミナー申込[外部サイト]
https://cssnite.doorkeeper.jp/

●アーカイブ
http://cssnite.jp/archives/

●過去のセミナーページ
http://cssnite.jp/lp/shift12/

●イベントフォローアップページ
http://cssnite.jp/lp/shift12/followup/

●コンテンツフォローアップ
https://cssnite.jp/archives/・・・

●ブログ
http://cssnite.jp/blog

●動画
https://vimeo.com/307898675/224b80b955
```

仮説×分析ポイント

仮説	分析ポイント	活かす補法
過去のセミナー動画があまり見られていないのではないか	過去のセミナー動画への利用人数、遷移元、遷移先	どのように誘導（回遊させると）もっとコンテンツを見てもらえるか判断する
希望の動画コンテンツまでたどりつけていないのではないか	TOPから動画コンテンツへの流れ、よく見られている動画の有無	人気の動画からコンテンツのアピールや次回セミナー企画の参考にする

3. 分析

	ページ	ページビュー数	ページ別訪問数	平均ページ滞在時間	閲覧開始
		357 全体に対する割合: 0.67% (52,941)	276 全体に対する割合: 0.66% (41,938)	00:00:59 ビューの平均: 00:02:13 (-55.54%)	全体に
1.	/blog/index.html	**212** (59.38%)	149 (53.99%)	00:00:56	
2.	/blog/index_2.html	**27** (7.56%)	20 (7.25%)	00:02:31	
3.	/blog/index_3.html	**8** (2.24%)	8 (2.90%)	00:00:13	
4.	/blog/index_4.html	**7** (1.96%)	6 (2.17%)	00:00:15	
5.	/blog/index_5.html	**7** (1.96%)	6 (2.17%)	00:00:06	
6.	/cgi/mt/mt-search.cgi?search=アックゼロ&IncludeBlogs=1&limit=	**7** (1.96%)	6 (2.17%)	00:00:04	
7.	/blog/index_8.html	**5** (1.40%)	5 (1.81%)	00:00:06	
8.	/cgi/mt/mt-search.cgi?IncludeBlogs=1&search=ミツエーリンクス	**5** (1.40%)	3 (1.09%)	00:00:40	
9.	/blog/index_11.html	**4** (1.12%)	4 (1.45%)	00:00:12	
10.	/blog/index_6.html	**4** (1.12%)	4 (1.45%)	00:00:09	

次のページ遷移	ページビュー数	ページビュー数 (%)
/events/upcoming	172	17.41%
/events/79884	98	9.92%
/events/85104	70	7.09%
/events/76170		5.97%
/member/new		5.77%
/events/85093		5.06%
/events/76171		4.76%
/events/86449	44	4.45%
/events/79886	39	3.95%
/events/past	39	3.95%

セッション数
131
セッションの0.28%

レポートとヘルプを検索
ホーム
カスタム
レポート
リアルタイム
ユーザー
集客
行動
コンバージョン
目標
概要
目標 URL
目標パスの解析
目標到達プロセス
ゴールフロー

サマリー

すべてのユーザー
0.00% 目標の完了数

+ セグメントを追加

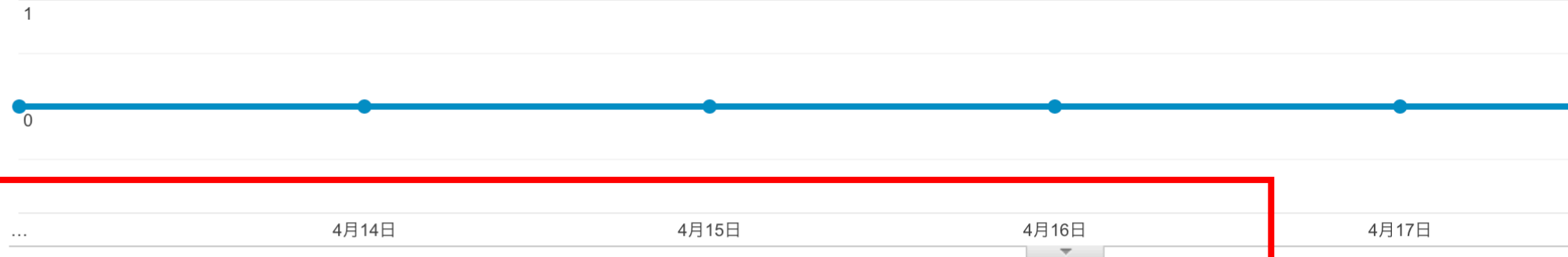
目標のオプション:

すべての目標

サマリー

目標の完了数 対 指標を選択

目標の完了数



目標の完了数	目標値	コンバージョン率	目標全体の放棄率
0	￥0	0.00%	0.00%

目標設定されない
Googleアナティクスは
改善には活かせません

4. 改善提案

どのようにして改善施策を考えるか？

同サイト内の良いページを参考にする

同業他社と比較する

良いと思った施策をストックしておく

セミナー開催情報

CSS Nite以外のセミナーへのお問い合わせは、
それぞれのイベントの主催者までお願いします。



ライブ配信セミナー『現場学校 02』

全国各地から場所を問わず参加できる、ライブ配信セミナー『現場学校』第2弾。4月1日〜5月31日まで開催

4月から5月　ライブ配信

詳しく見る



CSS Nite ビギナーズ「基礎からのウェブ解析」

「Google アナリティクスのコードを入れてはいるけれど、管理画面を眺めているだけ、という方向けに、基礎からガッツリ学べるセミナーです。

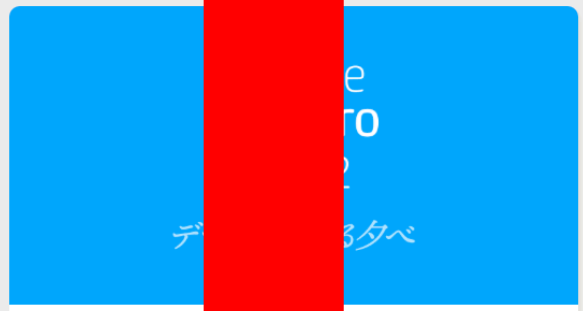
4月23日[火]　東京

詳しく見る



CSS Nite in Osaka, vol.51「Photo & XD Direction」

「デザイナーとディレクターのため



CSS Nite ...oporo, vol.22 ...ンを語るタベ」

ゲストハウスのイベントスペースを

過去のセミナー動画









入荷予定作品 | ジャンル | 制作年代 | 新着動画 | 50音順 | 字幕入り作品

全てのジャンル
アクション
SF/ファンタジー
恋愛/ラブコメ
コメディー/ギャグ
ロボット/メカ
ドラマ/青春
ファミリー/キッズ
ハートフル/ほのぼの
ミステリー/ホラー
スポーツ/レース
ミリタリー/戦争
怪獣
魔法少女
ライブ・ミュージカル

全て

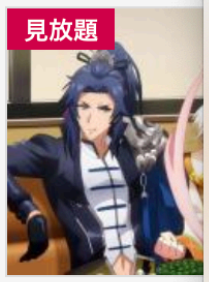
ジャンル



キラッとプリ☆チャン（シーズン2）



図書館戦争【FOD】



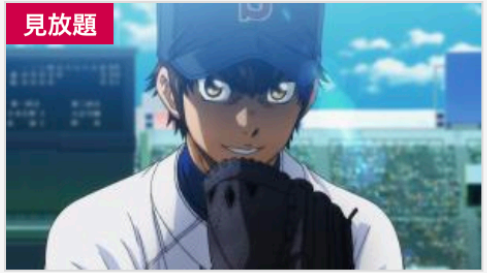
なむあみだ仏っ



MATSUクライシス



ゲゲゲの鬼太郎（第50話～）



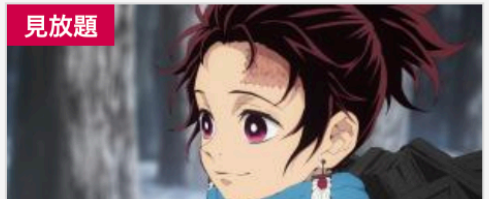
ダイヤのA actII



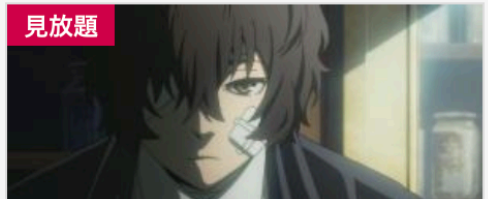
妖怪ウォッチ！



Robihachi









CSS Nite

CSS Nite LP58フォローアップ（7）伊藤 由暁さん



2018年9月29日に都内で開催したCSS Nite LP58「Coder's High 2018」のフォローアップとして、伊藤 由暁さん（まぼろし）の『現場で役立つCSSアニメーション』セッションのスライドなどを公開します。

- スライド（PDF）
- 動画

メッセージ、補足など

この度はCSS Niteにご参加いただきありがとうございました！　スライドの一部でテキストが重なって読めないミスがあり、大変申し訳ありませんでした…！

ウェブ制作の現場では、CSSアニメーションは不可欠な存在となりつつあります。アニメーションの追求には専門知識が必要で、それを習得しているデザイナー、エンジニアは多くはありません。にも関わらずウェブではアニメーションが「おまけ」のように扱われている側面があります。

おまけでちょっとしたアニメーションを入れたい、そういうオーダーを言ってくるクライアントが多いけど、「おまけ」で「ちょっとした」アニメーションで合意を取るのがどれだけ難しいかは、うなずいていただける方も多いでしょう。

とても幸いなことに、ウェブには素晴らしいCSSアニメーションがあふれています。それらを探し、再現し、ストックする。それだけで自分の武器が増えます。

CSSアニメーションはCSSで作られていますので、同じようにコードを書けば同じように動きます。この時点で難しさというのは極限まで下がっていると言って過言ではありません。あとは「なぜ素晴らしいと感じたのか」がわかれば、合意形成までの距離はぐっと縮まりますね。

発表の中の「ウケるアニメーションとは」でお話しした通り、全てのキモは「イージング」と「複数の動き」です。まずはイージングを工夫し、次に複数のプロパティーでアニメーションできるかどうか考えてみると良いです。

CSS Nite Best Sessions 2017

ツイート 183

いいね！ シェア 友達よりも先に「いいね！」しよう。

2017年、CSS Niteでは35回の関連イベントを通して130セッションが行われました。その中

数字の根拠を付ける
シェアボタンあるページとないページの差
●●%

- ベストLT

5. レポート作成

全体傾向分析レポート

デフォルトのデータ
クリックしてデータを選択します

2019/03/01 - 2019/03/31

基本情報（前年同月比較）

ユーザー	セッション	ページ/セッション	直帰率	コンバージョン率	合計値
50,897	66,725	2.78	69.21%	0.98%	¥7,220,872.00
⬆ 5.7%	⬆ 3.0%	⬇ -1.7%	⬆ 1.3%	⬇ -1.6%	⬇ -5.3%

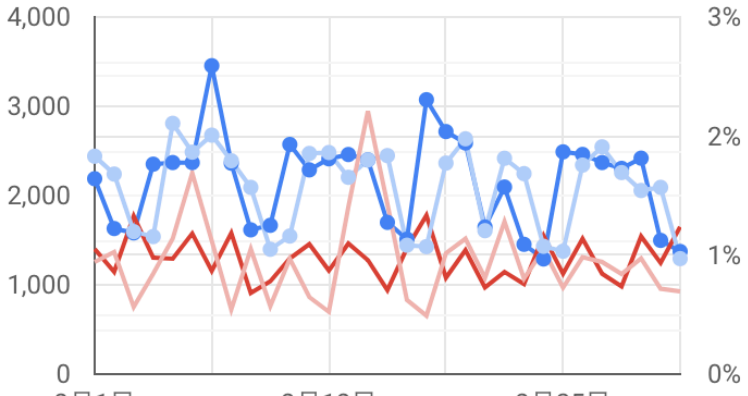
月（年間）	セッション	ページビュー数	ページ/セッシ...	ユーザー	AWAC JP...	SWAC J...	WAM c...	AWAC JP ウ...	SWAC JP ...	WAM conve...
2018年1月	61,581	166,475	2.7	47,064	230	14	1	¥3,680,000	¥630,000	¥300,000
2017年12月	64,281	191,584	2.98	44,824	180	6	5	¥2,880,000	¥270,000	¥1,500,000
2017年11月	71,445	222,192	3.11	49,258	339	12	3	¥5,424,000	¥540,000	¥900,000

1 - 3 / 3

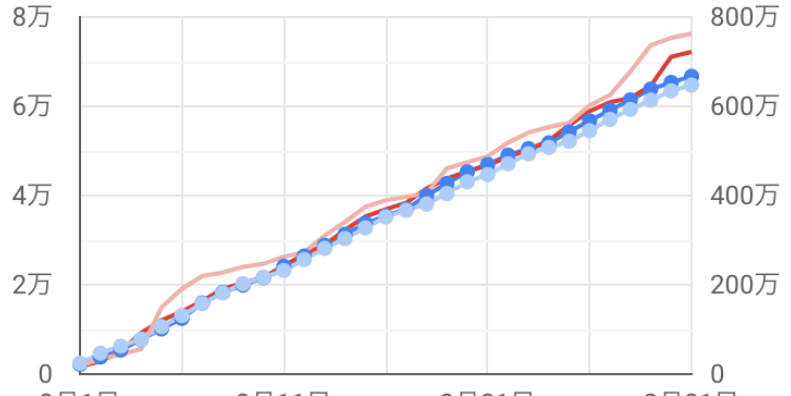
月（年間）	コンバージョン率	ページ/セッション	直帰率	ユーザーあたりのセ...	新規セッション率	新規ユーザー	直帰数
2018年1月	1.12%	2.7	67.7%	1.31	69.24%	42,641	41,690
2017年12月	0.67%	2.98	64.16%	1.43	61.06%	39,252	41,245
2017年11月	1%	3.11	61.46%	1.45	60.93%	43,530	43,913

1 - 3 / 3

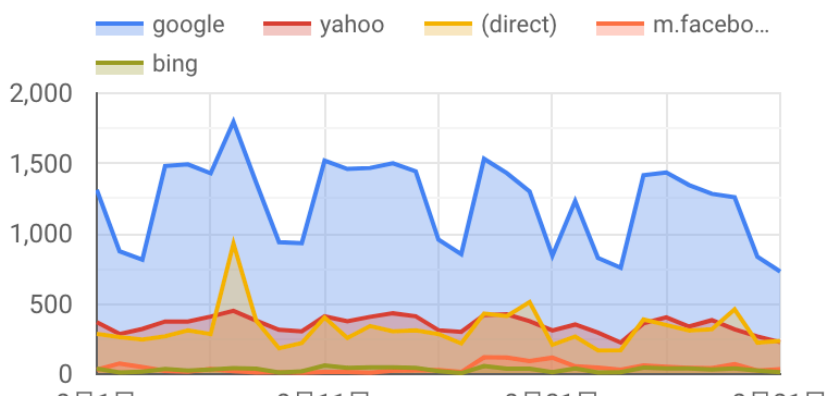
前月セッション/コンバージョン率推移（前年同月比較）



前月セッション/コンバージョン値累積（前年同月比較）



前月参照元トップ5



集客分析レポート

デフォルトのデータ
クリックしてデータを選択します

2019/03/01 - 2019/03/31

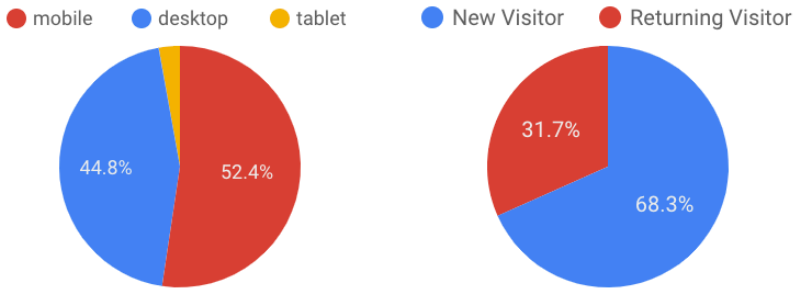
集客チャネル デフォルトチャネルグループ トップ5

デフォルト チャネル グループ

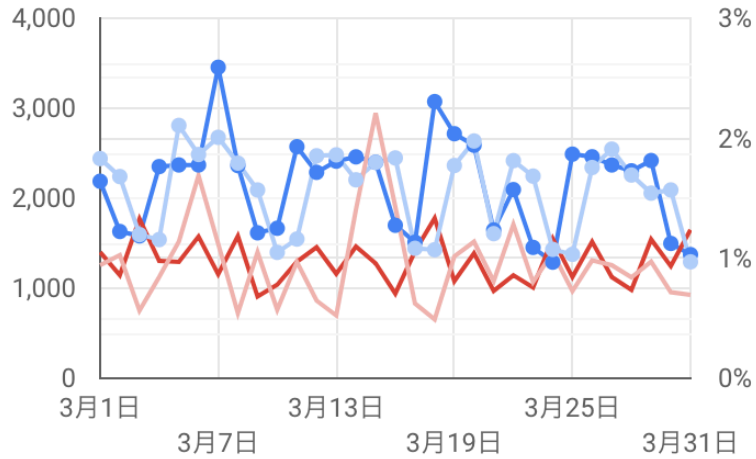
デフォルト チ...	セッション ▼	新規セッショ...	新規ユーザー	直帰率	ページ/セッシ...	平均セッショ...	目標の完了数	コンバージョ...
Organic Search	50,597	71.14%	35,994	70.07%	2.8	00:02:18	397	0.78%
Direct	9,968	70.79%	7,056	66.46%	2.69	00:02:19	138	1.38%
Social	2,970	57.81%	1,717	75.59%	1.98	00:01:35	15	0.51%
Referral	2,312	39.84%	921	54.5%	3.96	00:03:02	32	1.38%
Email	788	32.99%	260	68.65%	1.88	00:01:20	72	9.14%

1 - 5 / 8

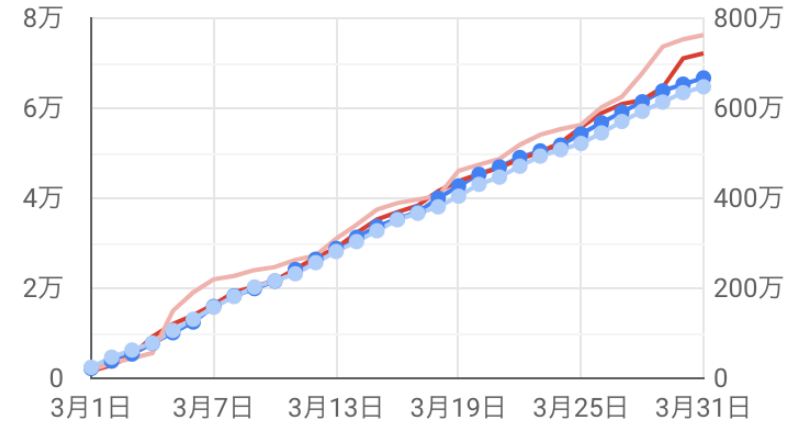
デバイス/ユーザータイプ情報



前月セッション/コンバージョン率推移（前年同月比較）



前月セッション/コンバージョン値累積（前年同月比較）



ランディングページ情報

閲覧ページ情報

レポート作成には
極力時間をかけない

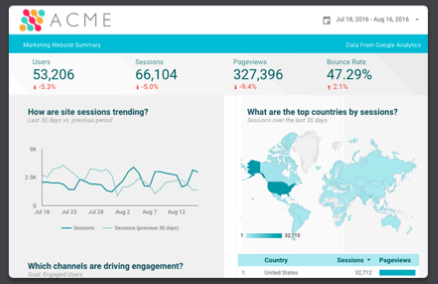
定点観測は自動化

データポータル | ホーム

新しいレポートの開始

すべてのテンプレート

空白



Acme マーケティング

Google Analytics



Search Console Report

Search Console



Google Ads Overview

Google Ads

すべて | 自分がオーナー | 共有アイテム | ゴミ箱

- レポート
- データソース
- エクスプローラ labs
- サービスの概要
- レポート ギャラリー
- データに接続

新しい名前の同じサービスです

日本では Google データスタジオが Google データポータルという新しい名前に変わりました。今後はデータポータルとして表示されます
お、この変更によるお客様のレポートやサービスの機能への影響はありません。

今日	オーナー	最終閲覧日（自分）
【購入者特典】Google アナリティクスレポート	佐々木秀憲	10:10 PM
WACA公式Google広告	井水大輔	10:09 PM
WACA公式サマリーレポート	井水大輔	10:08 PM

それ以前	オーナー	最終閲覧日（自分）
WACAYouTube分析レポート	井水大輔	Aug 18, 2018

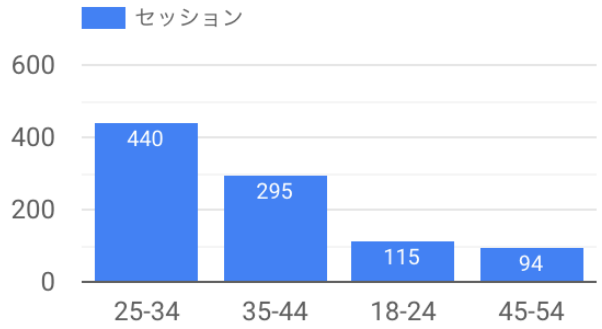
コンバージョン分析レポート

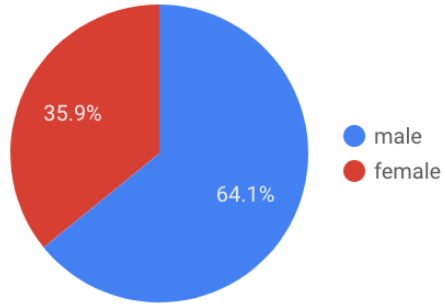
デフォルトのデータ
クリックしてデータを選択します

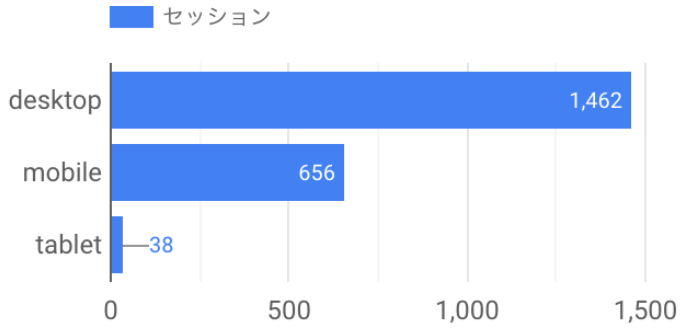
2019/03/01 - 2019/03/31

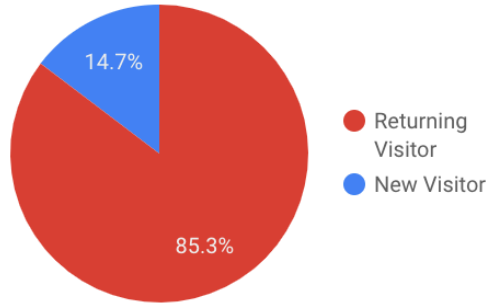
ユーザー分析

目標に至ったユーザーの情報

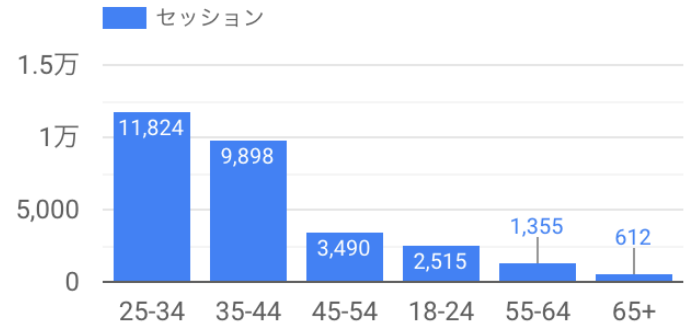


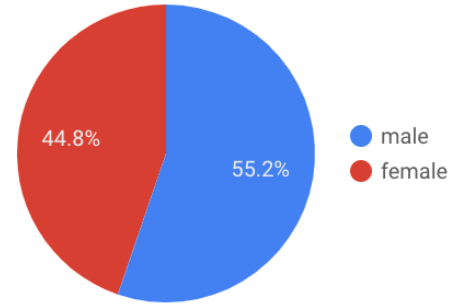


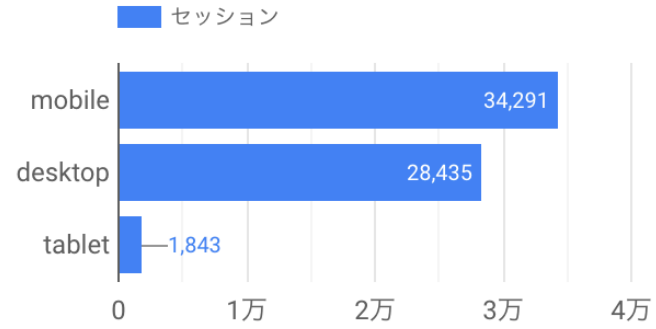


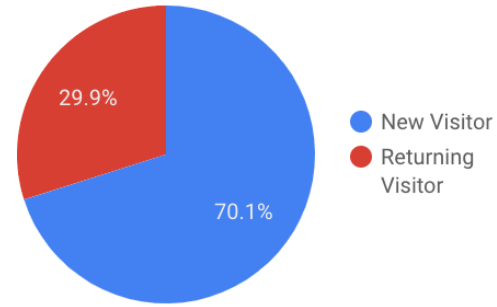


目標に至らなかったユーザーの情報









コンバージョンに貢献したチャネル

デフォルト ...	セッション	コンバージョン率 ❶	目標の完了数 ❷ ▼
Email	788	9.14%	72

コンバージョンに貢献したランディングページ

ランディング ページ	セッション ▼	ページの価値
www.waca.associates/jp/column/20276/	19,604	¥3

Googleデータスタジオによる

レポート作成の教科書

成果を上げるWeb解析レポートを徹底解説

佐々木 秀憲、稲葉 修久、小田切 紳、藤岡 浩志、
井水 大輔、平野 泰章、小田 則子、窪田 望、古橋 香緒里［著］
小川 卓、江尻 俊章［監修］



分析のポイント

～データから気づきを発見する方法～

データを2つの軸で見て気づきを発見する

トレンド

時系列でみることで、特徴と特異点（外れ値）を発見する方法

セグメント

「分割軸」で分けることで差分を発生させる方法

トレンド

どのような気づきがありますか？

訪問=5,000回

コンバージョン=1.5%

売上＝100万円

どのような気づきがありますか？

指標	2018年11月	2018年12月
セッション数	5,000	6,000
コンバージョン率	0.90%	1.20%
売上	70万	110万

どのような気づきがありますか？

指標	2018年11月	2018年12月
セッション数	5,000	6,000
コンバージョン率	0.90%	1.20%
売上	70万	110万

改善につながるヒントは
他のデータを与えることで生まれる

使えるトレンド例

前年同月比較

1年分のデータ（日、週、月）

施策実施前後

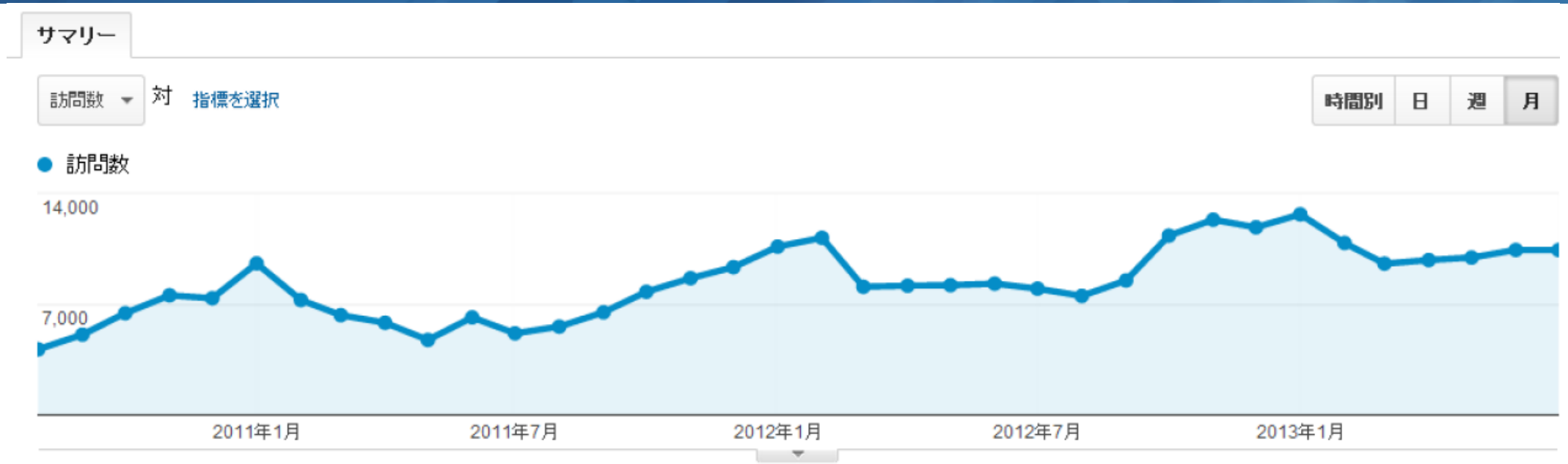
トレンドと特異点（外れ値）を
サイト改善のヒントにする

どのような気づきがありますか？

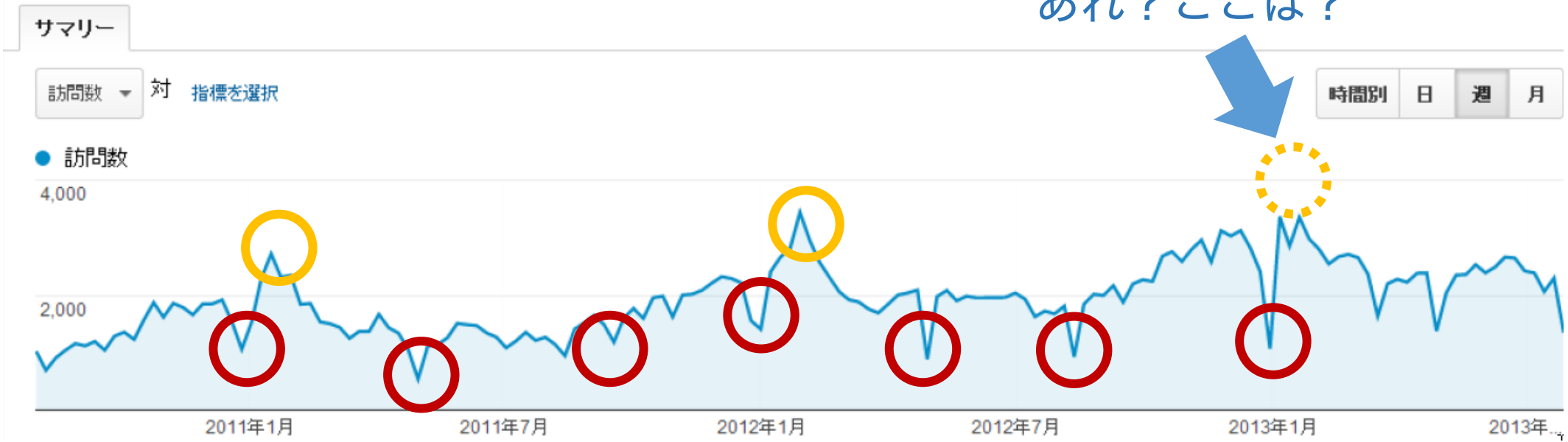


トレンドをつかむ
→外れ値を見つける

時系列分析ワーク



あれ？ここは？



セグメント

どのような気づきがありますか？

訪問=45,000回

コンバージョン=1.6%

売上＝210万円

どのような気づきがありますか？

指標	モバイル	デスクトップ
セッション数	30,000	15,000
コンバージョン率	1.2%	2.3%
売上	90万	120万

差分を発生させることで
気づきが生まれる

気づきを改善に活かすには？

気づきを改善に活かすシンプルな考え方

良いところを発見 → どのように増やすか？

悪いところを発見 → どのように減らすか？

特徴を発見 → どのように活用するか？

ランディングページでセグメントする

レポート

- リアルタイム
- ユーザー
- 集客
- 行動
  - 概要
  - 行動フロー
  - サイト コンテンツ
    - すべてのページ
    - ディレクトリ
    - ランディング ページ
    - 離脱ページ
  - サイトの速度
- 発見

	ランディング ページ	集客			行動		
		セッション ↓	新規セッション率	新規ユーザー	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間
		1,580,661 全体に対する割合: 79.13% (1,997,516)	59.39% ビューの平均: 61.62% (-3.62%)	938,730 全体に対する割合: 76.26% (1,230,885)	85.21% ビューの平均: 85.15% (0.07%)	1.26 ビューの平均: 1.28 (-1.31%)	00:01:05 ビューの平均: 00:01:03 (2.96%)
1.	/adobe/illustrator/post_2104.html	80,122 (5.07%)	59.56%	47,722 (5.08%)	89.79%	1.14	00:00:54
2.	/adobe/illustrator/post_1634.html	54,595 (3.45%)	62.88%	34,329 (3.66%)	90.55%	1.14	00:00:49
3.	/adobe/illustrator/post_2238.html	44,708 (2.83%)	47.02%	21,020 (2.24%)	72.04%	1.69	00:02:28
4.	/adobe/illustrator/post_2048.html	40,593 (2.57%)	61.42%	24,934 (2.66%)	88.03%	1.19	00:00:57
5.	/adobe/illustrator/post_1644.html	33,157 (2.10%)	63.88%	21,180 (2.26%)	85.86%	1.21	00:01:01
6.	/adobe/illustrator/post_1832.html	29,983 (1.90%)	60.59%	18,166 (1.94%)	90.60%	1.12	00:00:47
7.	/adobe/photoshop/post_2354.html	29,096 (1.84%)	71.22%	20,723 (2.21%)	91.99%	1.13	00:00:37
8.	/adobe/illustrator/post_1723.html	24,537 (1.55%)	59.67%	14,641 (1.56%)	85.66%	1.21	00:01:04
9.	/adobe/illustrator/post_1896.html	23,511 (1.49%)	56.36%	13,250 (1.41%)	87.44%	1.20	00:01:05
10.	/adobe/illustrator/post_2040.html	22,912 (1.45%)	52.18%	11,955 (1.27%)	72.57%	1.60	00:02:09

属性でセグメントする

どのようなサイトか？またこのような結果になる理由は？

グラフに表示　セカンダリディメンション　並べ替えの種類：デフォルト　アドバンス

性別	集客			行動			コンバージョン eコマース		
	セッション	新規セッション率	新規ユーザー	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間	トランザクション数	収益	eコマースのコンバージョン率
	25.32% ↑ 156,139 と 124,592	2.50% ↑ 41.74% と 40.72%	28.45% ↑ 65,169 と 50,735	2.11% ↓ 35.94% と 35.19%	5.45% ↓ 5.19 と 5.49	4.49% ↓ 00:02:37 と 00:02:44	114.81% ↑ 290 と 135	134.41% ↑ ¥ 24,929,040 と ¥ 10,634,960	71.41% ↑ 0.19% と 0.11%
1. male									
2015/12/01 - 2015/12/31	94,717 (60.66%)	33.80%	32,016 (49.13%)	34.81%	5.62	00:02:52	130 (44.83%)	¥ 11,395,610 (45.71%)	0.14%
2015/10/31 - 2015/11/30	78,697 (63.16%)	33.29%	26,200 (51.64%)	34.59%	5.87	00:02:55	67 (49.63%)	¥ 5,642,240 (53.05%)	0.09%
変化率	20.36%	1.53%	22.20%	0.63%	-4.30%	-2.10%	94.03%	101.97%	61.21%
2. female									
2015/12/01 - 2015/12/31	61,422 (39.34%)	53.98%	33,153 (50.87%)	37.68%	4.53	00:02:14	160 (55.17%)	¥ 13,533,430 (54.29%)	0.26%
2015/10/31 - 2015/11/30	45,895 (36.84%)	53.46%	24,535 (48.36%)	36.23%	4.84	00:02:25	68 (50.37%)	¥ 4,992,720 (46.95%)	0.15%
変化率	33.83%	0.97%	35.13%	3.99%	-6.32%	-7.69%	135.29%	171.06%	75.81%

Googleアナリティクスで標準で設定されているセグメント



Googleアナリティクスで標準で設定されているセグメント

ユーザー

・すべてのユーザー（サイトに訪れたすべてのユーザー（初期設定））
・新規ユーザー（初めてサイトに訪れたユーザー「セッションベース」）
・リピーター（サイトに訪問したことがあるユーザー
「セッションベース」（過去2年以内））
・モバイルトラフィック（スマートフォンからの流入）
・タブレットトラフィック（タブレットからの流入）
・タブレットとPCトラフィック（タブレットとPCからの流入）
・モバイルとタブレットトラフィック（スマートフォンとタブレットからの流入）

集客

・自然検索トラフィック（自然検索からの流入）
・検索トラフィック（自然検索とリスティング広告からの流入）
・参照トラフィック（検索エンジン以外のサイトからの流入）
・有料のトラフィック（リスティング広告からの流入）
・ノーリファラー（参照元が特定できない流入）

行動

・直帰セッション（直帰したセッション）
・直帰以外のセッション（直帰しなかったセッション）
・シングルセッションユーザー（1回だけ訪問したユーザー）
・マルチセッションユーザー（2回以上訪問したユーザー）
・サイト内検索を実行したユーザー（サイト内検索機能を使ったユーザー）

コンバージョン

・コンバージョンが達成されたセッション（コンバージョンしたセッション）
・コンバージョンに至ったユーザー
（過去の訪問も含めコンバージョンしたことのあるユーザー）
・コンバージョンに至らなかったユーザー
（過去の訪問も含めコンバージョンしたことのないユーザー）
・トランザクションの発生したセッション
（ECサイトで購入があったセッション）
・購入したユーザー（過去の訪問を含め購入したことのあるユーザー）

気づきが生まれやすい4つのセグメント例

「新規ユーザー」と「リピーター」

「モバイルトラフィック」と「PCトラフィック」

「CVしたユーザー」と「CVしていないユーザー」

「特定のページを見たユーザー」と
「特定のページを見ていないユーザー」

セグメントは作れる

すべてのユーザー
100.00% セッション

+ セグメントを追加

購入見込みユーザー

保存　キャンセル　プレビュー

ユーザー属性
テクノロジー
行動
最初のセッションの日付
トラフィック

詳細

条件 1

シーケンス

条件

1 回のセッションか複数回のセッションかの条件によってユーザーやその訪問データをセグメント化します。

フィルタ　セッション　含める

ページ　含む　service　– OR AND

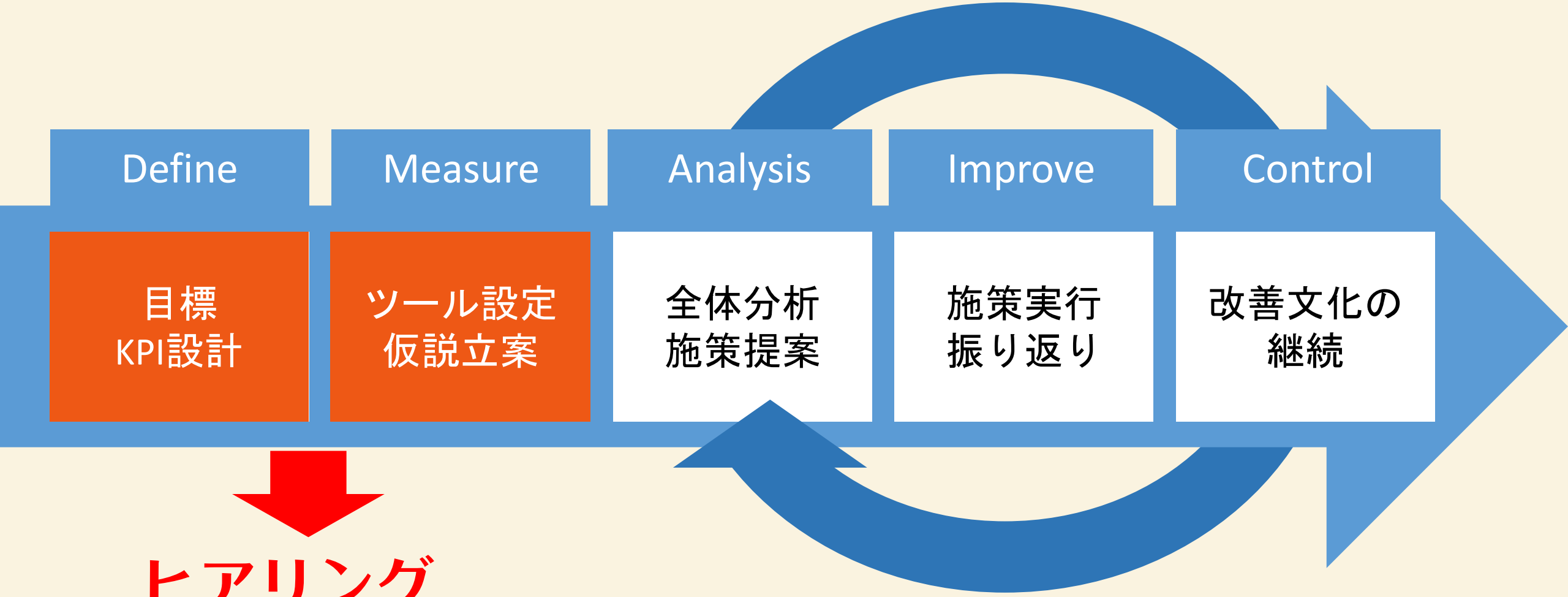
AND

ページ　含む　company　– OR AND

+ フィルタを追加

まとめ

データを活用したサイト運営はDMAICプロセスで



ヒアリング
ユーザー体験

改善のPDCA

Thank you

Imidai

daisuke.imizu

daisukeimizu

気軽にフォローや友達申請してください

