CSS Nite Beginners

基礎からのウェブ解析

よくある質問から考えるウェブ解析を使いこなすヒント

制作作業もこなすwebコンサルタント

吉田哲也







制作作業もこなすwebコンサルタント

吉田哲也

2001年からWEB業界に携わり、 主にWEB解析、コンサルティングをしつつ、 マークアップ、CMSカスタマイズなど制作業務も 行っています。

手を動かさないと分からないアドバイス、スポットコンサル、サイトの運営保守も。

https://tetsuya.yoshida.name/



制作作業もこなすwebコンサルタント

吉田哲也

web業界内では知られているのに、 業界外では知られてない知識を広めるため、 マンツーマンレッスンやセミナー登壇も。

webの制作・集客 → webの活用・保守

https://tetsuya.yoshida.name/





f @tetsu8yoshida



- Q1. ちゃんと設置できていますか?
- Q2. カウントされないのですが…
- Q3. 無断で情報収集して良いのですか?
- Q4. キーワードが表示されません
- Q5. 知らないサイトから流入があるのですが…
- Q6. 流入チャネルの理想的な割合を知りたい
- Q7. 何を見ればよいですか?
- Q8. メルマガフォームが別ドメインなのですが、カウントできますか?
- Q9. SNSへの投稿の効果を測定したい
- Q10. 外部リンクをカウントしたい
- Q11. レポート作るのが面倒です
- Q12. どこまで読まれているか計測したい

- ちゃんと設置できていますか? Q1.
- カウントされないのですが… Q2.
- 無断で情報収集して良いのですか? Q3.
- キーワードが表示されませる人が高知らないサイトから流入がある。 Q4.
- Q6.
- 流入チャネルの理想的な割合を知りた。 何を見ればよいですか 円本 大下が開
- メルマガフォームが別ドメインなのですが、カウントできますか? SNSへの投稿の効果を加えておいた。
- Q10. 外部リンクをカウントしたい
- O11. レポート作るのが面倒です
- Q12. どこまで読まれているか計測したい





WordCamp羽田 相談カフェ

調べかた、用語、できることわからない

機能やできることを知らない



活用できない

どういう言葉でググれば良いかどういう機能・選択肢があるのか

知ってもらう

お願い

基本的にTweet・シェア歓迎

お願い

実際の相談・経験なので・・・

お願い

柔らかい表現でお願いします



Q



ユーザー 管理

プロパティ 十 プロパティを作成

www.tetsuya.yoshida.name

プロパティ設定

・・・ ユーザー管理者

トラッキング ID

UA-1274493-1

ステータス

過去 48 時間にトラフィック データを受信しています。

0 現在のアクティブ ユーザー数です。詳しくは、リアルタイムのトラフィック レポートでご確認ください。

テスト トラフィックを送信 ?

ウェブサイトのトラッキング

オーカニック快系ノー人 参照元除外リスト 検索キーワード除外リスト

サービス間のリンク設定

Google 広告とのリンク

AdSense のリンク設定

Ad Exchange のリンク設定

すべての商品

<script>

window.dataLayer = window.dataLayer || []; function gtag(){dataLayer.push(arguments);} gtag('js', new Date());

gtag('config', 'UA-1274493-1'); </script>

Global Site Tag (gtag.js) を使用すると、Google のサイトの測定、コンバージョントラッキング、リマーケティング サービスでのタグ設定が合理化されます。タク また、公開される最新の動的な機能や統合のメリットをすぐに活かすことができます。詳細

Google タグ マネージャー

解析タグやトラッキング タグの数が多い場合は、無料の Google タグ マネージャーを使うとサイトへのタグ設定が簡単になります。次のような場合は、Google タグ めします。

- サイトへのタグ設定が必要な解析ツールや広告掲載トラッキング ツールを複数ご利用の場合。

Q1. ちゃんと設置できていますか?















→ カスタム チャネル グループ ベータ版

www.tetsuya.yoshida.name -



管理 Q

←

ユーザー

プロパティ























































































































































十 プロパティを作成

www.tetsuya.yoshida.name

プロパティ設定





トラッキング コード

データ収集 データ保持

User-ID

セッション設定

オーガニック検索ソース

検索キーワード除外リスト

参照元除外リスト

サービス間のリンク設定

Google 広告とのリンク

AdSense のリンク設定

Ad Exchange のリンク設定

⇔ すべての商品

トラッキング ID ステータス

UA-1274493-1

過去 48 時間にトラフィック データを受信しています。

1 現在のアクティブ ユーザー数です。詳しくは、リアルタイムのトラフィック レポートでご確認ください。

テストトラフィックを送信?

ウェブサイトのトラッキング

グローバル サイトタグ(gtag.js)

このプロパティで使用できる Global Site Tag(gtag.js)トラッキング コードです。このコードをコピーして、トラッキングするすべてのウェブページの <HEAD> 内の最 初の要素として貼り付けてください。ページにすでに Global Site Tag が配置されている場合は、以下のスニペットの config 行のみを既存の Global Site Tag に追加して ください。

<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->

<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-1274493-1"></script>

<script>

</script>

window.dataLayer = window.dataLayer || [];

function gtag(){dataLayer.push(arguments);}

gtag('config', 'UA-1274493-1');

gtag('js', new Date());

Global Site Tag(gtag.js)を使用すると、Google のサイトの測定、コンバージョン トラッキング、リマーケティング サービスでのタグ設定が合理化されます。タグの管 理や実装も容易になります。また、公開される最新の動的な機能や統合のメリットをすぐに活かすことができます。詳細

Google タグ マネージャー

解析タグやトラッキング タグの数が多い場合は、無料の Google タグ マネージャーを使うとサイトへのタグ設定が簡単になります。次のような場合は、Google タグ マ ネージャーのご利用をおすすめします。

- サイトへのタグ設定が必要な解析ツールや広告掲載トラッキングツールを複数ご利用の場合。
- サイトへのタグ設定に時間がかかり、マーケティングキャンペーンをタイムリーに実行できない場合。

()1. ちゃんと設置できていますか?

リアルタイムで見てみましょう

www.tetsuya.yoshida.name -





ショートカットを作成 ^{ベータ版}





- ホーム
- カスタム

レポート

リアルタイム

概要

地域

トラフィック

コンテンツ

イベント

コンバージョン

- ユーザー
- 集客
- 行動
- 発見

管理

サマリー

現在

人のアクティブ ユーザーがサイトを訪問しています

■ 携帯電話

100%

上位の参照元:

アクティブ ユーザー このビューにはデータがありません。

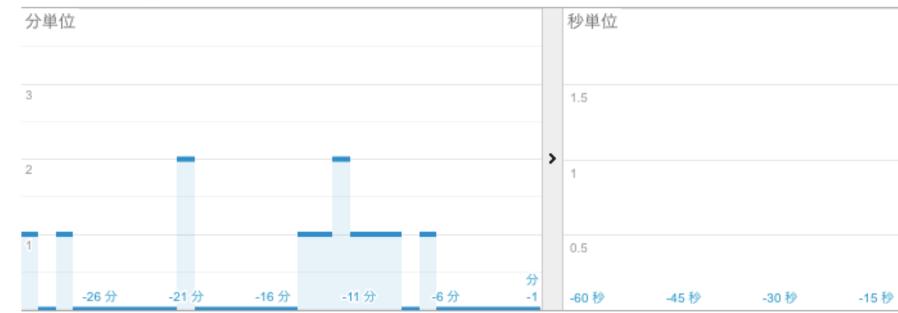
上位のソーシャル関連のトラフィック:

アクティブ ユーザー このビューにはデータがありません。

上位のキーワード:

キーワード		アクティブ ユーザー ↓		
1.	(not provided)	1		

ページビュー数



上位のアクティブ ページ:

	アクティブなページ		アクティブ ユーザー 、	
1.	/pc/fromiphonetowindows/	1	100.00%	

上位の所在地:



01. ちゃんと設置できていますか?

PVなどだけでなく、 イベント、コンバージョンも 確認可能

01. ちゃんと設置できていますか?

A1.リアルタイム

Q2. カウントされないのですが…

Q2. カウントされないのですが…

実際の事例

- WordPress
- ・管理者が自力で設定

Q2. カウントされないのですが…

タグの二重設置

- All in One SEO Pack
- ・テンプレートの設定画面

両方で設定可能

その他の原因

- プロパティの間違い
- ・古いタグ

A2. 設置方法を確認

- ・プライバシーポリシー
- GDPR

7. プライバシー

お客様は、Google が個人情報として使用または認識できる情報を Google に送信したり、第三者によるかかる行為を支援または許可したりしないものとします。お客様は適切なプライバシー ポリシーを用意および遵守し、訪問者からの情報を収集するうえで、適用されるすべての法律、ポリシー、規制を遵守するものとします。お客様はプライバシー ポリシーを公開し、そのプライバシー ポリシーで、お客様がデータ収集のために Cookie を使用していることを必ず通知するものとします。また、Google アナリティクスを使用していること、および Google アナリティクスでデータが収集、処理される仕組みについても必ず開示するものとします。この情報の開示は、「ユーザーが Google パートナーのサイトやアプリを使用する際の Google によるデータ使用」のページ(www.google.com/intl/ja/policies/privacy/partners/ や、Google が随時提供するその他の URL)へのリンクを目立つように表示することで実施可能です。お客様は訪問者の端末上での Cookie やその他の情報の保存や、そうした情報へのアクセスについて、そうした行為が本サービスに関連して発生する場合、およびかかる行為に関する情報の提供と訪問者からの同意が法律で求められている場合は、訪問者に明確かつ包括的な情報を提供し、同意を得るように商業上合理的な努力を払うものとします。

お客様は、本サービスの一部であるプライバシー機能(たとえば、オプトアウトなど)を回避してはなりません。お客様は、www.google.com/analytics/policies/(または Google が指定したその他の URL)に掲載されている、該当するすべてのGoogle アナリティクス ポリシー(「Google アナリティクス ポリシー」)に従うものとします。このポリシー は随時改訂されることがあります。

お客様は、Google アナリティクスおよび特定の Google の広告サービスの統合バージョン(「Google アナリティクス広告向け機能」)を利用することができます。お客様が Google アナリティクス広告向け機能を利用される場合、Google アナリティクス広告向け機能に関するポリシー (support.google.com/analytics/bin/answer.py?hl=en&topic=2611283&answer=2700409 に従うものとします。お客様の、いかなる Google の広告サービスへのアクセス、およびそれらの使用も、当該サービスに関するお客様と Google との間の該当する規定に従うものとします。

プラットフォーム ポータルを使用する場合は、https://support.google.com/marketingplatform/answer/9047313(または Google が指定したその他の URL)

お客様はプライバシーポリシーを公開し、そのプライバシーポリシーで、

お客様がデータ収集のために

Cookie を使用していることを必ず通知するものとします。

きます。お客様が Google アナリティクス広告向け機能を利用される場合、Google アナリティクス広告向け機能に関するポリシー (support.google.com/analytics/bin/answer.py?hl=en&topic=2611283&answer=2700409 に従うものとします。お客様の、いかなる Google の広告サービス へのアクセス、およびそれらの使用も、当該サービスに関するお客様と Google との間の該当する規定に従うものとします。

https://www.google.com/intl/ja/analytics/terms/jp.html

- ・プライバシーポリシー
- GDPR

GDPRとは?

EU一般データ保護規則

GDPRとは?

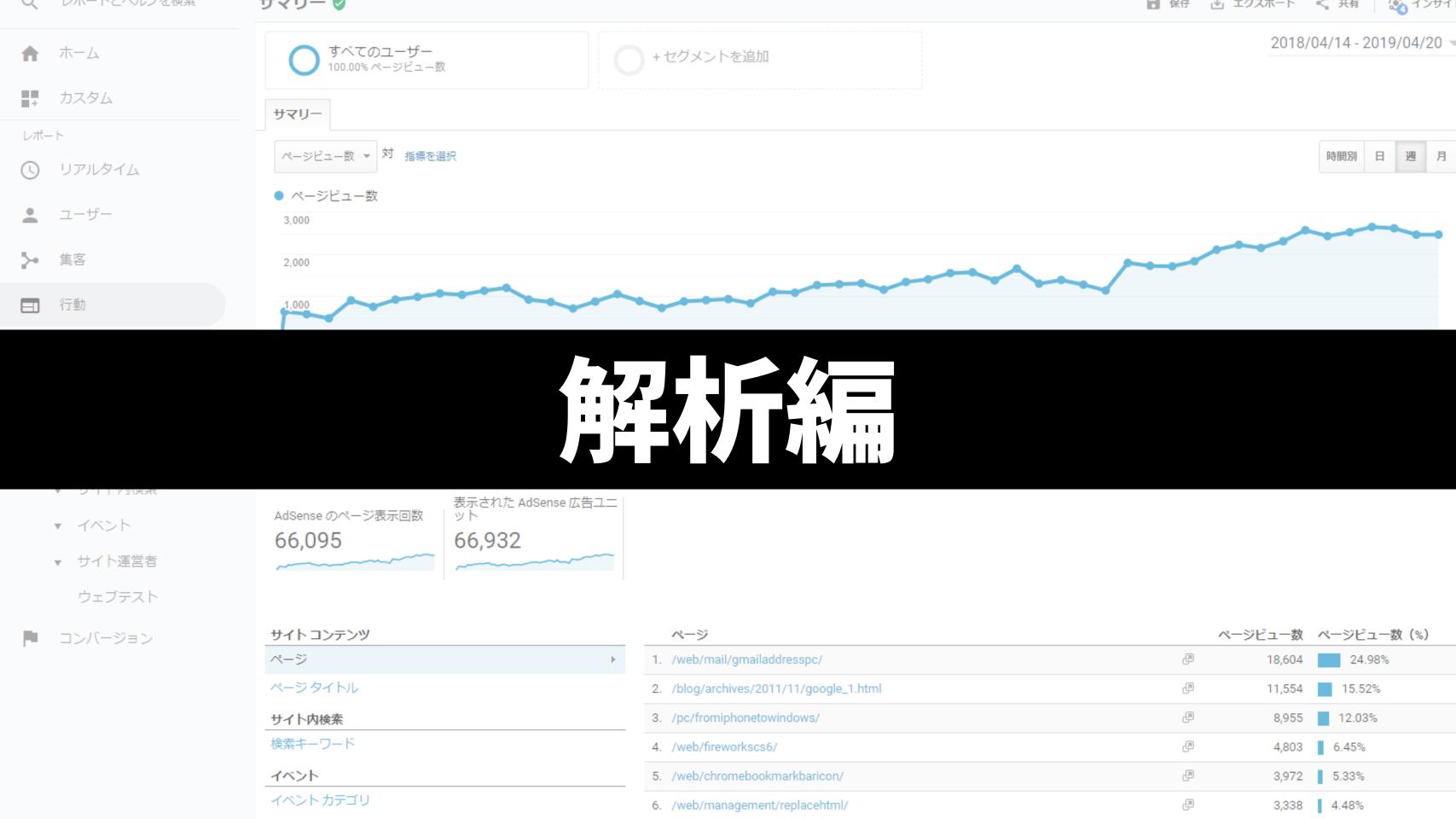
- ・EU圏内に拠点がある
- ・EU圏内向けにサービスを提供

GDPR対応

- WordPressならプラグイン
- GDPR対応JavaScript

Q3. 無断で情報収集して良いのですか?

A3. プライバシーポリシーは必要



Q4. キーワードが表示されません



集客 > チャネル > Organic Search

〇4. キーワードが表示されません

- ・検索エンジンがSSL化
- Search Console

〇4. キーワードが表示されません

- ・ Googleアナリティクスは サイトに来た人のデータ
- Search Consoleは 検索上でのデータ

サイト確認方法

- ・HTMLファイルアップロード
- HTMLタグ
- ・ドメイン名プロバイダ
- Googleアナリティクス
- Googleタグマネージャー

Q4. キーワードが表示されません

A4. Search Console

5.	youtubeowaraitv.blog32.fc2.com	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4 (0.01%)	75.00%	1.50	00:00:27	0.00%	0 (0.00%)	\$0.0
6.	youtube.com	0 (0.00%)	79 (0.19%)	90 (0.16%)	84.44%	1.18	00:00:36	0.00%	0 (0.00%)	\$0.0
7.	yourserverisdown.com	0 (0.00%)	38 (0.09%)	38 (0.07%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.0
8.	youbaokang.com	0 (0.00%)	2 (0.00%)	10 (0.02%)	80.00%	1.30	00:00:03	0.00%	0 (0.00%)	\$0.0
9.	yopmail.com	0 (0.00%)	2 (0.00%)	10 (0.02%)	90.00%	1.20	00:00:04	0.00%	0 (0.00%)	\$0.0
10.	yandex.com	0 (0.00%)	1 (0.00%)	1 (0.00%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.0
11.	www8.free-social-buttons.com	0 (0.00%)	5 (0.01%)	5 (0.01%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.0
12.	www7.free-social-buttons.com	0 (0.00%)	5 (0.01%)	5 (0.01%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.0
13.	www6.free-social-buttons.com	0 (0.00%)	1 (0.00%)	1 (0.00%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.0
14.	www5.free-social-buttons.com	0 (0.00%)	14 (0.03%)	14 (0.03%)	78.57%	1.21	00:01:19	0.00%	0 (0.00%)	\$0.0

集客>すべてのトラフィック>参照サイト

リファラースパム

フィルターで除外設定

- ・ドメインごとに除外
- 言語/ホスト名 not set

ビュー + ビューを作成 www.tetsuya.yoshida.name	フィルタの編集
www.tetadyd.younidd.name	フィルタ情報
ビューの設定	フィルタ名
■ ユーザー管理者	言語not set
■ 目標	フィルタの種類 定義済み カスタム
カコンテンツ グループ	除外
マ フィルタ	フィルタ フィールド 言語設定 ▼
ま チャネル設定	フィルタ パターン
☆ e コマースの設定	(not set)
Dd 計算指標 ベータ版	□ 大文字と小文字を区別
パーソナル ツールとアセット	一致○ 一致○ 小文字
■■ セグメント	○ 大文字
 ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓	- (検索して置換 (詳細
Ϊ アトリビューション モデル	正規表現については、こちらをご覧ください
カスタム チャネル グループ ベータ版	フィルタの確認 ⑦
■ カスタム アラート	
◯ メール配信スケジュール	保存 キャンセル

ビュー + ビューを作成 www.tetsuya.yoshida.name ▼	フィルタの編集
	フィルタ情報
▶ ビューの設定	フィルタ名
■ ユーザー管理者	ホスト名not set
■ 目標	フィルタの種類
★ コンテンツ グループ	除外
▼ フィルタ	フィルタ フィールド ホスト名 マ
♪ チャネル設定	フィルタ パターン
▶ e コマースの設定	(not set)
Dd 計算指標 ベータ版	□ 大文字と小文字を区別
パーソナル ツールとアセット	○ 一致○ 小文字
計 セグメント	大文字() 大文字
 ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓	○ 検索して置換○ 詳細
アトリビューション モデル	▶ ⑦ フィルタ ヘルプ: 除外 > ホスト名
カスタム チャネル グループ ベータ版	フィルタの確認 ②
▼ カスタム アラート	このフィルタを確認する 過去7日間のトラフィックに基づいて、このフィルタが現在のビューのデータに与える影響を確認します。
◯ メール配信スケジュール	保存 キャンセル



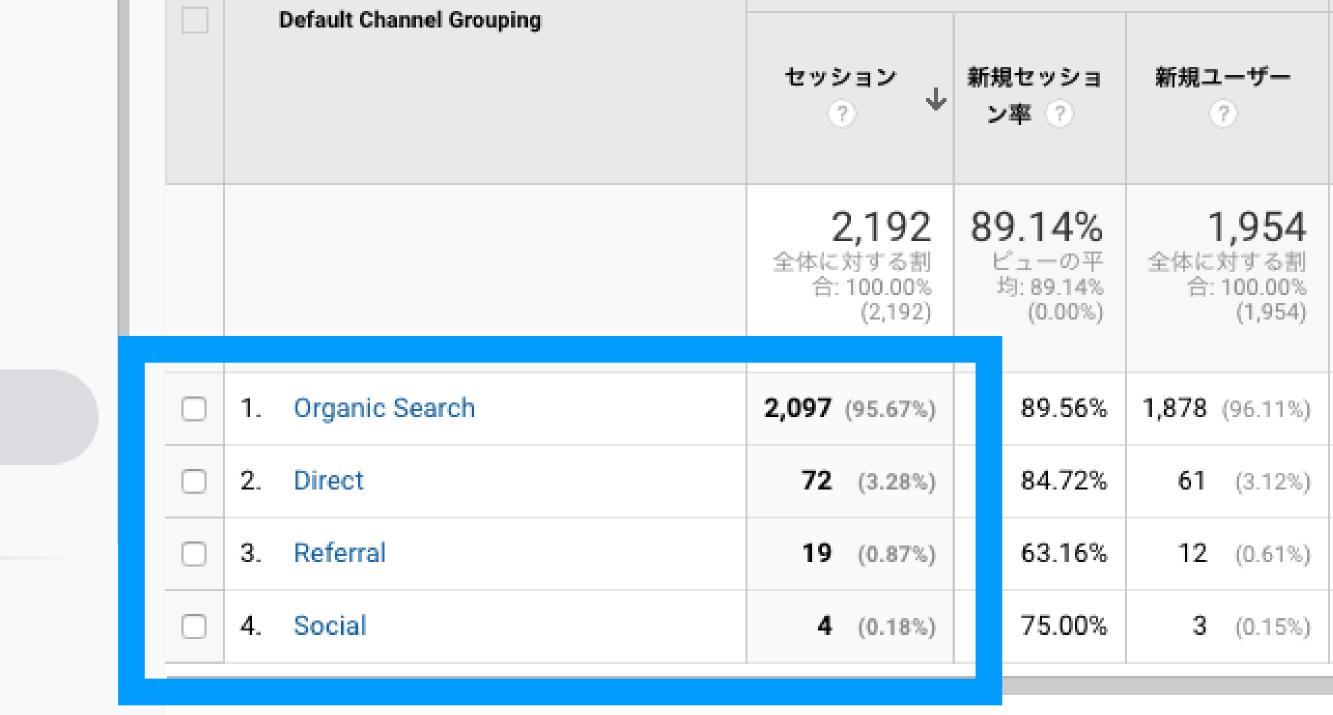
管理>ビューの設定

A5. ボットのフィルタリング (フィルタ設定)

Q6. 流入チャネルの理想的な割合を知りたい

Q6. 流入チャネルの理想的な割合を知りたい

戦略による



集客>すべてのトラフィック>チャネル

参照サイト

Search Console

Google 広告

ソーシャル

キャンペーン

コンバージョン

行動

発見

管理

Q6. 流入チャネルの理想的な割合を知りたい

- Organic Searchは新規顧客
- Directは既存顧客または知っている人
- Referralは新規顧客(判断難しい)
- ・Socialは知り合い十新規

Default Channel Grouping	集客	行動		
	セッション ②	新規セッション 率 ②	新規ユーザー ?	直帰率 ②
	2,205 全体に対する割合 100.00% (2,205	89.66% ピューの平均: 89.66% (0.00%)	1,977 全体に対する割合: 100.00% (1,977)	90.98% ピューの平均: 90.98% (0.00%)
1. Organic Search	2,095 (95.01%	90.45%	1,895 (95.85%)	91.17%
2. Direct	74 (3.36%	79.73%	59 (2.98%)	89.19%
3. Referral	30 (1.36%	66.67%	20 (1.01%)	80.00%
4. Social	6 (0.27%	50.00%	3 (0.15%)	100.00%

集客>すべてのトラフィック>チャネル

Q6. 流入チャネルの理想的な割合を知りたい

A6. 新規顧客/ファン育成

戦略による

- ・新規顧客開拓なら「新規流入」
- ・ファンの育成なら「リピート率」
- 目標があるなら「コンバージョン」

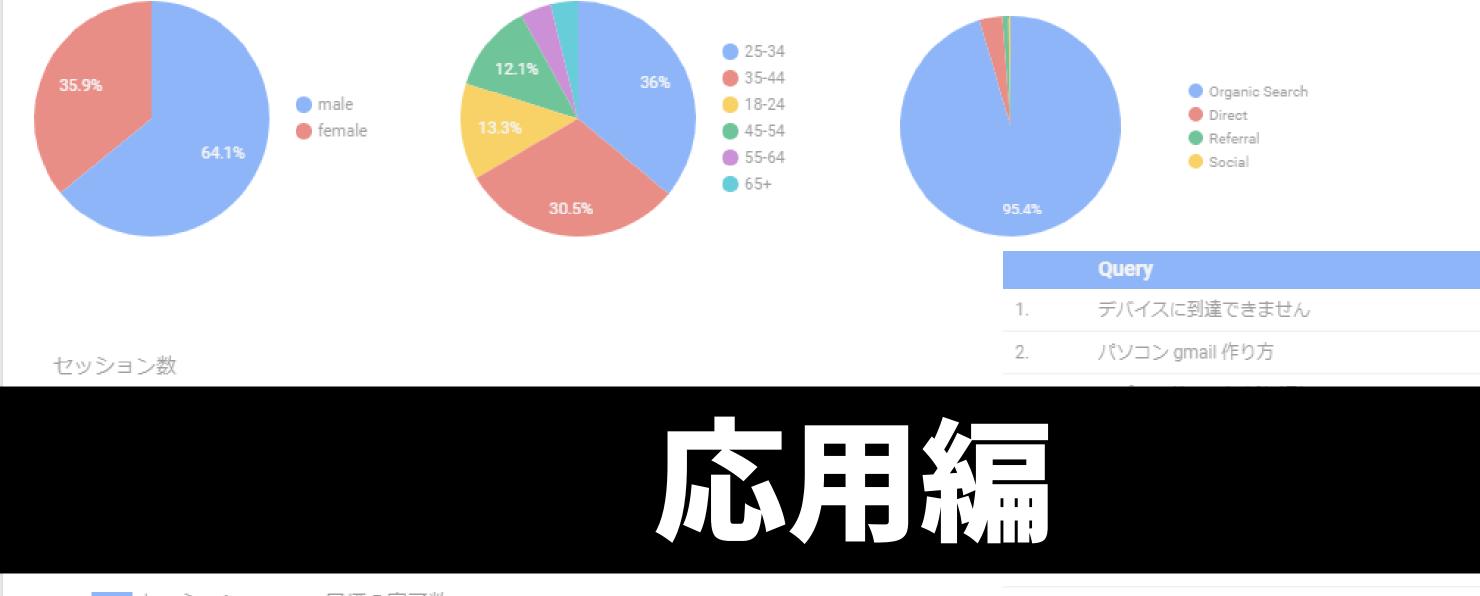
経営面を考えると担当者の稼働時間もコスト

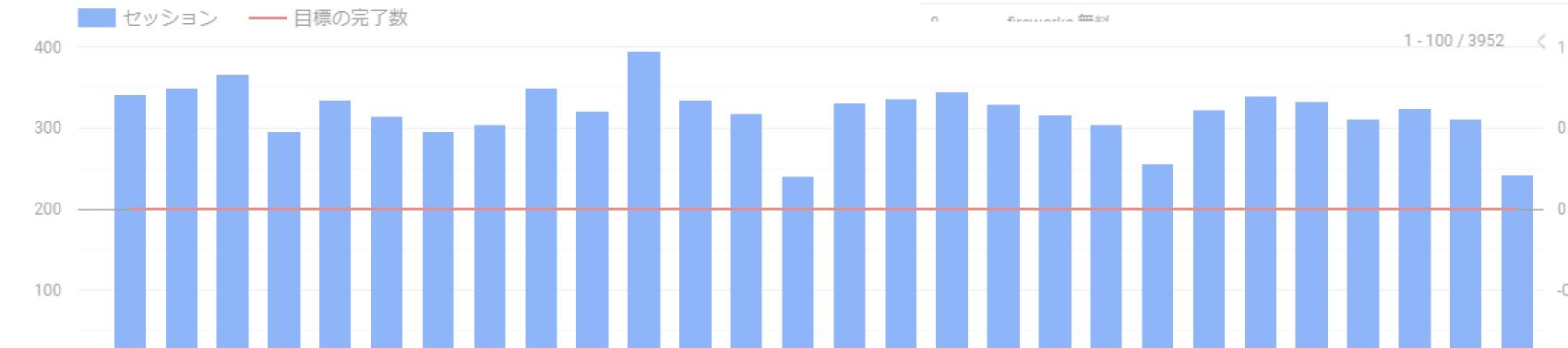
1									
2	売上			¥209,589,898	¥335,900,000	8450,300,000	9804,780,800	¥1,109,100,000	
3			100	¥150,500,000	¥275,000,000	K589,400,000	9740,500,000	¥1,945,200,000	
4				¥150,400,000	¥264,800,000	#379.200.000	¥750,500,000	¥1,935,990,000	
5				W38,000,000	¥36,000,000	Y05.000,000	K58,000,000	¥36,000,000	
6			単価	9580,808	9500,000	Y509,000	9580,800	9500,000	
7			件数	12	72	12	12	72	
8				940,000,000	W80,000,000	#129.999.998	¥150,000,000	¥180,000,000	
9			単価	¥1,080,808	¥1,000,000	¥1,909,000	¥1,000,000	¥1,000,000	
10			件数	48	80	120	768	180	
11				¥2,480,808	94,800,000	WT.200.000	¥9,600,000	¥12,000,000	
12			単価	95,000	¥5,000	¥5,000	W5,000	¥5.000	
13			件数	48	80	120	768	280	
14			-	 WT2,000,000	¥944,000,000	K276.000.000	¥258,000,000	¥360,808,080	
15			単価	9290,000	¥208,080	Y200,000	K290,000	W208,080	
16			件数	38	80	59	159	150	
17			-						
18									
19							¥248,000,000	¥480,898,980	
20			単価				9290,000	¥298,080	
21			件数				100	200	
22	費用								
23		仕入れ代金							
24		家賃							
25		人件費							
26		社内					0.00		
27									
28		外注							

1								
2	売上	<u>E</u>	¥205,580,808	¥035,900,000	8450,300,000	¥804,780,808	¥1,109,100,000	
3		Mark Control of the C	¥160,600,000	X275,800,000	K389,400,000	¥740,500,000	¥1,945,200,000	
4			¥150,400,000	X264,800,000	#379.200.000	¥750,600,000	W1.935.800.000	
5			W58,000,000	W35,800,000	¥05,000,000	W58,000,000	¥35,000,000	
6		単価	9580,808	9500,000	Y500,000	9580,800	9500,000	
7		件数	72	72	72	12	72	
8			948,000,000	W80,898,989	#120.000.000	¥168,089,898	¥150,000,000	
9		単価	¥1,080,808	¥1,000,000	¥1,909,000	¥1,080,808	91,000,000	
10		件数	40	80	120	168	190	
11			¥2,480,800	94,800,000	WT.200.000	¥9,680,800	¥12,000,000	
12		単価	95,000	Y5.000	¥5,000	95,000	¥5,000	
13		件数	40	80	120	168	290	
14			WT2,000,000	¥944,898,989	K276.000.000	¥258,000,000	¥360,800,000	
15		単価	N290,808	9298,980	Y209,090	9280,800	¥298,989	
16		件数	38	80	50	129	150	
17								
18								
19						¥340,000,000	¥480,898,980	
20		単価				K280,800	¥298,989	
21		件数				108	290	

売上だけ計算しがち

A7. 人件費広告費も含めた目標設定





Url Click

②8. メルマガフォームが別ドメインですが、 カウント出来ますか?

②8. メルマガフォームが別ドメインですが、 カウント出来ますか?

クロスドメイントラッキング

Q8. メルマガフォームが別ドメインですが、 カウント出来ますか?

- タグをカスタマイズする方法
- Google タグマネージャを使う方法

2. プライマリ ドメインのトラッキング コードを編集する

スニペットの create 行に注目してください。たとえば、example-1.com というウェブサイトでは次のようになります。

```
ga('create', 'UA-XXXXXXX-Y', 'example-1.com');
次のようにスニペットを修正します (赤い太字部分)。
ga('create', 'UA-XXXXXXX-Y', 'auto', {'allowLinker': true});
ga('require', 'linker');
ga('linker:autoLink', ['example-2.com'] );
例に示したトラッキングID (UA-XXXXXXX-Y) とセカンダリドメイン (example-2.com) は、実際のトラッキングID とセカンダリドメイン名に置き換えてください。
```

プライマリ ドメインのすべての挿入箇所で、このトラッキング コードを上記のとおりに修正してください。

ドメインが 3つ以上ある場合

上の例と同じように編集しますが、3 つ目以降のドメインをオートリンク プラグインに追加します。 下記のとおりカンマを付け加えます。

```
ga('linker:autoLink', ['example-2.com', 'example-3.com']);
```

トニッキング コード フーペットの全体を確認する

https://support.google.com/analytics/answer/1034342?hl=ja



https://support.google.com/tagmanager/answer/6164469?hl=ja

Q8. メルマガフォームが別ドメインですが、 カウント出来ますか?

A8. クロスドメイントラッキング設定

Q9. SNSへの投稿の効果を測定したい

Q9. SNSへの投稿の効果を測定したい

Campaign URL Builder

https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/



Demos & Tools

Autotrack

Account Explorer

Campaign URL Builder

Dimensions & Metrics Explorer

Embed API

Basic Dashboard

Multiple Views

Interactive Charts

Working with Custom Components

Third Party Visualizations

Server-side Authorization

Enhanced Ecommerce

Hit Builder

Polymer Elements

Query Explorer

Request Composer

Spreadsheet Add-on

Tag Assistant

Usage Trends New!



Campaign URL Builder

This tool allows you to easily add campaign parameters to URLs so you can track Custom Campaigns in Google Analytics.

Enter the website URL and campaign information

Fill out the required fields (marked with *) in the form below, and once complete the full campaign URL will be generated for you. *Note: the generated URL is automatically updated as you make changes.*

* Website URL	https://www.tetsuya.yoshida.name/web/wordpress/allo edmomorysize/	OW
	The full website URL (e.g. https://www.example.com)	
* Campaign Source	Twitter	<u></u>
	The referrer: (e.g. google , newsletter)	
Campaign Medium	social	
	Marketing medium: (e.g. cpc , banner , email)	
Campaign Name	20190319	

Duadust around code or closes (o.g. series esta)

* Website URL https://www.tetsuya.yoshida.name/web/wordpress/allow ← シェアするURL edmomorysize/ The full website URL (e.g. https://www.example.com) SNS名 À * Campaign Source Twitter The referrer: (e.g. google , newsletter) ← チャネル Campaign Medium social Marketing medium: (e.g. cpc , banner , email) ← キャンペーン名(日付など) Campaign Name 20190319 Product, promo code, or slogan (e.g. spring_sale) Campaign Term Identify the paid keywords ← アカウント名 Campaign Content tetsu8yoshida

Share the generated campaign URL

Use to differentiate ads

Use this URL in any promotional channels you want to be associated with this custom campaign

https://www.tetsuya.yoshida.name/web/wordpress/allowedmomorysize/? utm_source=Twitter&utm_medium=social&utm_campaign=20190319&utm_content=tetsu8yoshid

Set the campaign parameters in the fragment portion of the URL (not recommended).

概要

すべてのトラフィ ▲ ック

チャネル

ツリーマップ

参照元 / メディア

参照サイト

- ▼ Google 広告
- ▼ Search Console
- ▼ ソーシャル
- ▲ キャンペーン

すべてのキャンペ ーン

検索広告キーワー ド

オーガニック検索 キーワード

10. 20181231

コスト分析

□ 行動

コンバージョン

			-	_								
3月20日	3月22日	3月24日	3月26日	3月28日	3月30日	4月1日	4月3日	4月5日	4月7日	4月9日	4月11日	4月13日
								▼				

プライマリ ディメンション: キャンペーン 参照元 メディア 参照元/メディア その他 🔻

グ	ラフに表示 セカンダリ ディメンション:	参照元/メディア ▼ 並べ替えの種類: デフォ	ルト ▼						
			集客			行動			
	キャンペーン ?	参照元/メディア ? ◎	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 ?	
			38 全体に対す る割合: 0.36% (10,611)	52.63% ピューの平 均: 90.26% (-41.69%)	20 全体に対す る割合: 0.21% (9,578)	81.58% ピューの平 均: 90.79% (-10.15%)	1.45 ビューの 平均: 1.13 (27.60%)	00:03:16 ピューの平均: 00:00:44 (346.06%)	
	1. 20190318	Twitter / social	12 (31.58%)	58.33%	7 (35.00%)	66.67%	1.42	00:05:11	
	2. 20190319	Facebook / social	9 (23.68%)	22.22%	2 (10.00%)	100.00%	1.00	00:00:00	
	3. 20190319	Twitter / social	4 (10.53%)	25.00%	1 (5.00%)	75.00%	3.00	00:14:41	
	4. 20190318	Facebook / social	3 (7.89%)	66.67%	2 (10.00%)	100.00%	1.00	00:00:00	
	5. 20180922	Facebook / social	2 (5.26%)	100.00%	2 (10.00%)	100.00%	1.00	00:00:00	
	6. 20181120	Twitter / social	2 (5.26%)	50.00%	1 (5.00%)	50.00%	1.50	00:01:05	
	7. 20190110	Facebook / social	2 (5.26%)	100.00%	2 (10.00%)	100.00%	1.00	00:00:00	
	8. 20181004	Twitter / social	1 (2.63%)	100.00%	1 (5.00%)	100.00%	1.00	00:00:00	
	9. 20181224	Facebook / social	1 (2.63%)	100.00%	1 (5.00%)	0.00%	4.00	00:00:46	

1 (2.63%)

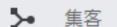
100.00% 1 (5.00%)

100.00%

1.00

00:00:00

Facebook / social



概要

すべてのトラフィ ▲ ック

チャネル

ツリーマップ

参照元/メディア

参照サイト

- ▼ Google 広告
- ▼ Search Console
- ▼ ソーシャル
- ▲ キャンペーン

すべてのキャンペ ーン

検索広告キーワー ド

5				_								
3月20日	3月22日	3月24日	3月26日	3月28日	3月30日	4月1日	4月3日	4月5日	4月7日	4月9日	4月11日	4月13日
								▼				

プライマリ ディメンション: キャンペーン 参照元 メディア 参照元/メディア その他▼

J	ラフに表示 セカンダリ ディメンション: 参照元/メ	~							
			集客			行動			
	キャンペーン ③	参照元/メディア ② ◎	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 ?	
			38 全体に対す る割合: 0.36% (10,611)	52.63% ピューの平 均: 90.26% (-41.69%)	20 全体に対す る割合: 0.21% (9,578)	81.58% ビューの平 均: 90.79% (-10.15%)	1.45 ビューの 平均: 1.13 (27.60%)	00:03:16 ピューの平均: 00:00:44 (346.06%)	
	1. 20190318	Twitter / social	12 (31.58%)	58.33%	7 (35.00%)	66.67%	1.42	00:05:11	
	2. 20190319	Facebook / social	9 (23.68%)	22.22%	2 (10.00%)	100.00%	1.00	00:00:00	
	3. 20190319	Twitter / social	4 (10.53%)	25.00%	1 (5.00%)	75.00%	3.00	00:14:41	
	4. 20190318	Facebook / social	3 (7.89%)	66.67%	2 (10.00%)	100.00%	1.00	00:00:00	
	5. 20180922	Facebook / social	2 (5.26%)	100.00%	2 (10.00%)	100.00%	1.00	00:00:00	

セカンダリディメンション:参照元/メディア

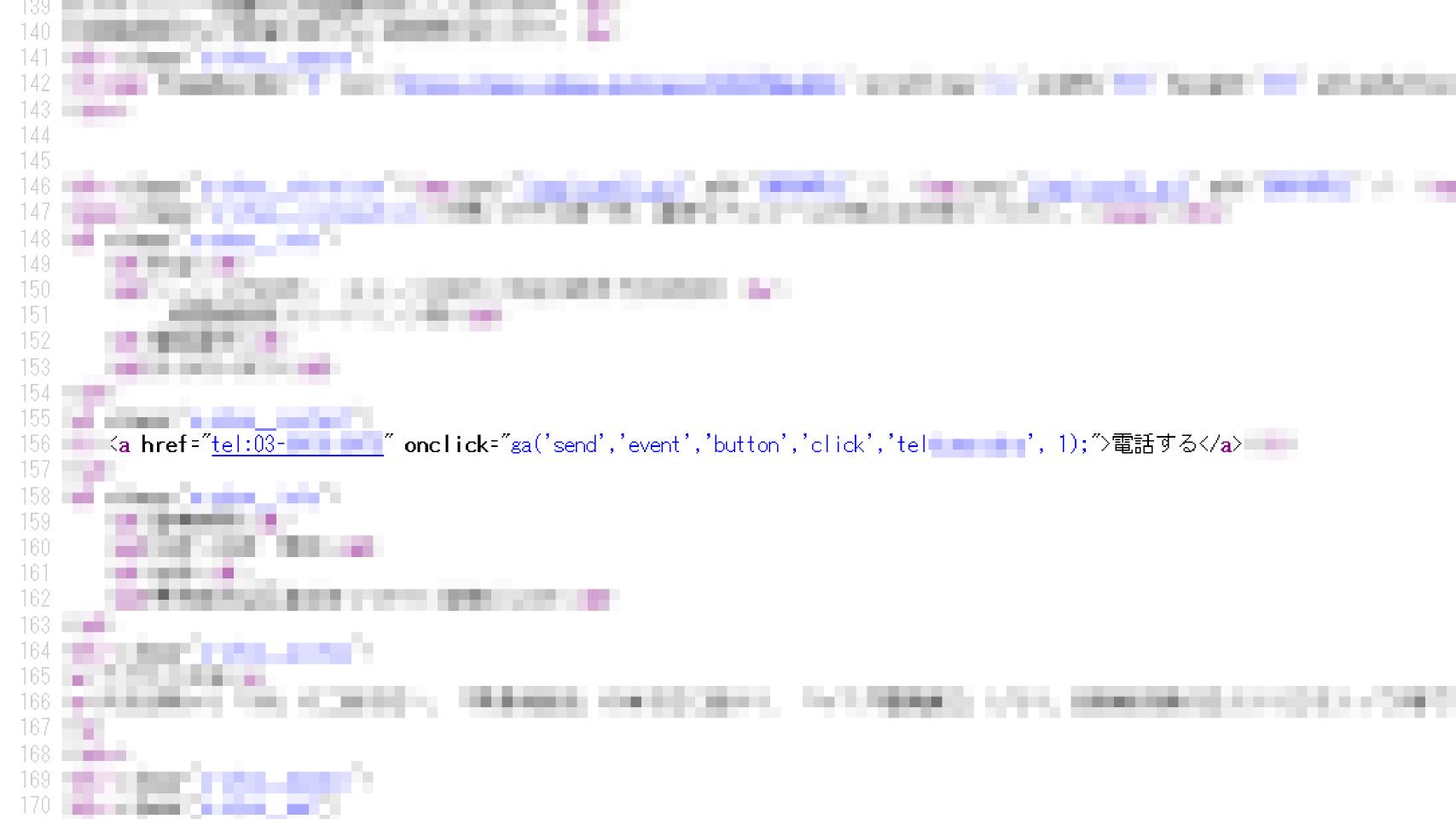
Q9. SNSへの投稿の効果を測定したい

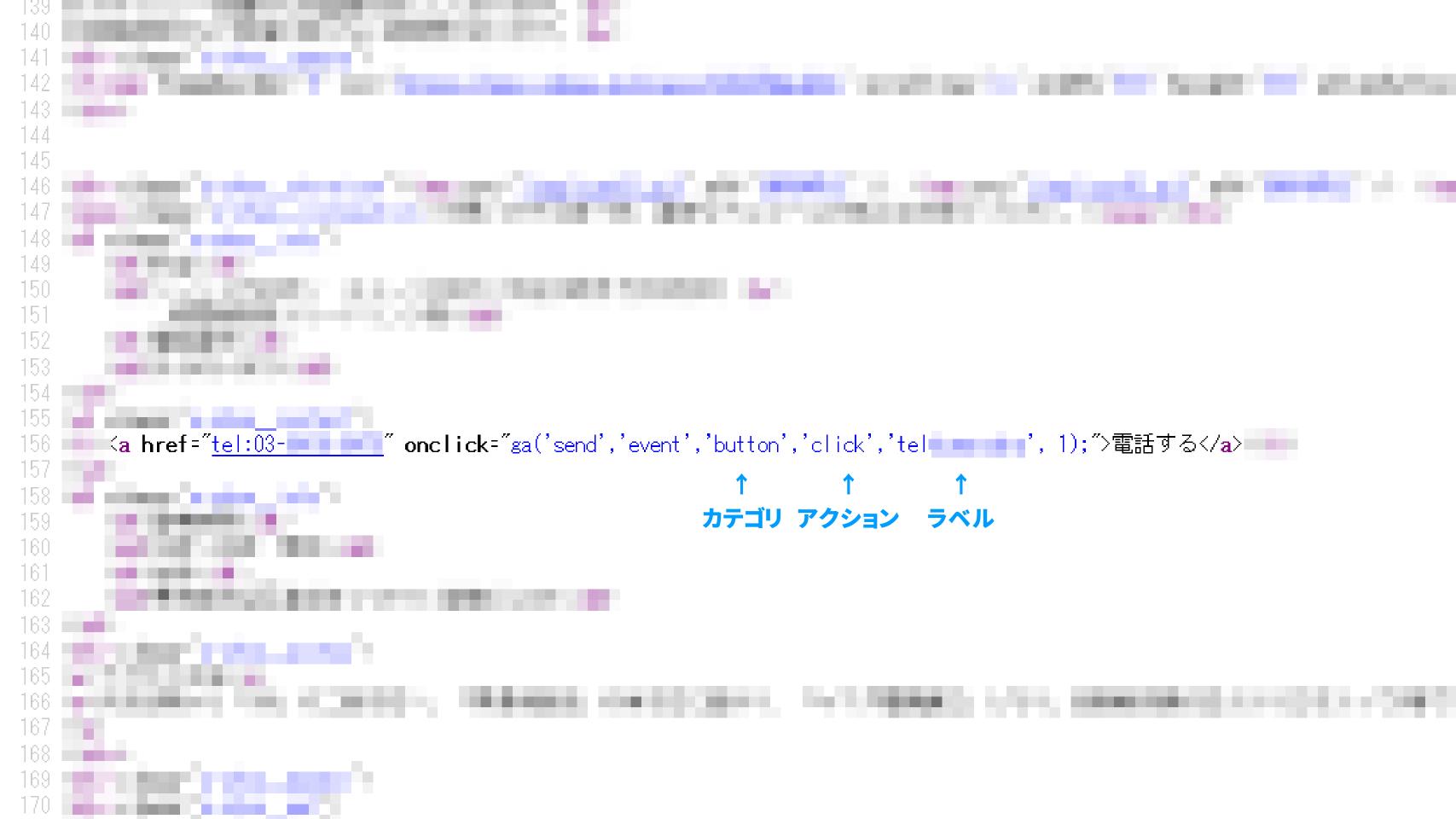
A9. Campaign URL Builder

Q10. 外部リンクをカウントしたい

Q10. 外部リンクをカウントしたい

- 短縮URL
- イベントトラッキング用のタグ
- Google タグマネージャでカウント







行動>イベント>概要

クリック トリガー

Google タグマネージャーのクリックトリガーを使用して、クリックイベントに基づいてタグを配信します。 ページ上でトリガーの条件に該当する要素がクリックされると、タグマネージャーでクリックベースの有効な 組み込み変数の値が自動的に入力されます。

クリックトリガーを設定する方法は次のとおりです。

- 1. [トリガー] > [新規] をクリックします。
- 2. [トリガーの設定] をクリックして、クリックタイプのトリガーを選択します。
 - すべての要素: ページ上のすべての要素(リンク、画像、ボタンなど)のクリックを測定します。
 - ・ **リンクのみ:** <a> 要素 (例: Google.com) を使用する HTML リンクのクリックを測定します。
- 3. 省略可(「リンクのみ」のトリガーの場合):
 - タグの配信を待つ: すべてのタグが配信されるか、指定したタイムアウトが経過するまで待機するには、このオプションを選択します。
 - ・ **妥当性をチェック**: リンクをクリックすることが妥当なアクションとみなされた場合にのみタグが配信されます。選択しなかった場合は、リンクがクリックされるたびにトリガーによってタグが配信されます。
- 4. 省略可(ただしパフォーマンスを高めるには推奨): クリックの発生が予想されるページについて条件(通常は URL のパターン)を指定します。
 - [このトリガーの発生場所]で[一部のクリック]を選択します。
 - [イベント発生時にこれらすべての条件が true の場合にこのトリガーを配信します] で、必要なページでのみこのトリガーを有効にするフィルタを追加します(例: 「Click URL contains /path/to/promo」)。

- ページビュートリガー
- 🗐 クリック トリガー
- 要素の表示トリガー
- フォーム送信トリガー
- 履歴の変更
- JavaScript エラートリガー
- スクロール距離トリガー
- タイマートリガー
- F YouTube 動画トリガー
- カスタムイベントトリガー
- トリガーグループ

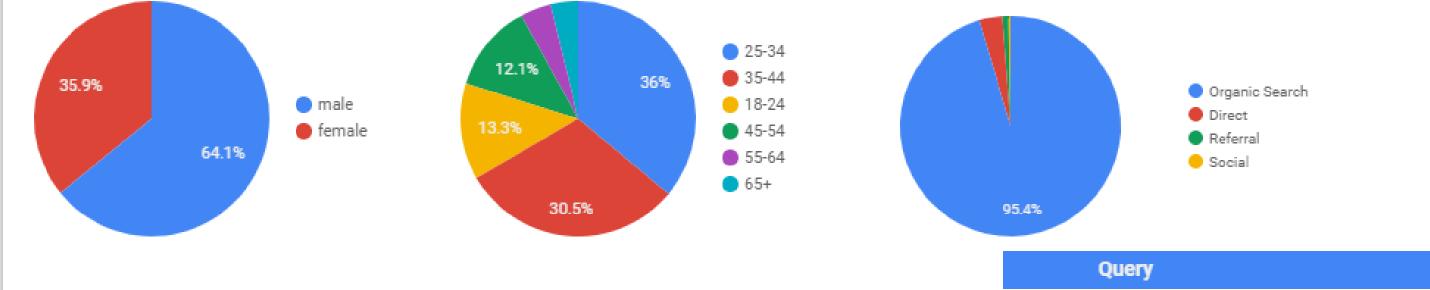
https://support.google.com/tagmanager/answer/7679320?hl=ja

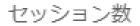
Q10. 外部リンクをカウントしたい

A10. イベントトラッキング

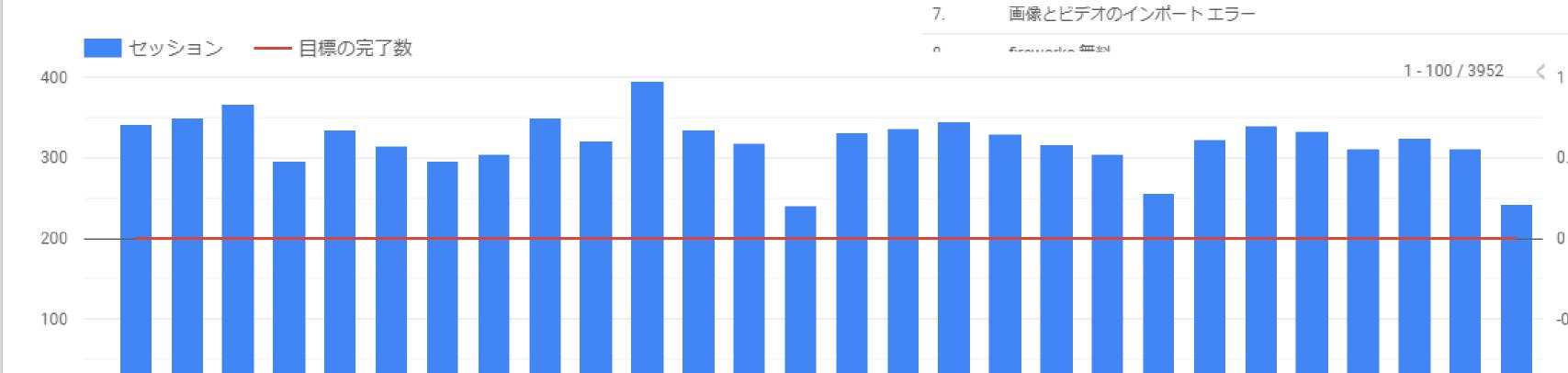
- ・カスタムレポート
- Google データポータル

検索結果も気にするなら Google データポータル





8,970 ± 4.1%



デバイスに到達できません

スプレッドシート 折り返し

iphone 画像とビデオのインポート エ...

iphone デバイスに到達できません

デバイスに到達できません 動画

パソコン gmail 作り方

2.

3.

4.

5.

6.

Url Clicks

推薦図書

Googleデータスタジオによる レポート作成の教科書

なか見!検索↓













26点すべてのイメージを見る

著者をフォローする



稲葉 修久

+ フォロー

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~ 単行本(ソフトカバー) - 2018/2/28

佐々木 秀憲 (著), 稲葉 修久 ~(著), 小田切 紳 (著), 藤岡 浩志 (著), 井水 大輔 (著), 平野 泰章 (著), & 5 その他

★★★☆☆ ~ 2件のカスタマーレビュー

その他(2)の形式およびエディションを表示する

Kindle版

¥ 2,770

今すぐお読みいただけます: 無料アプリ

単行本(ソフトカバー) ¥ 2,992 \prime

¥ 1,800 より 10 中古品の出品

¥ 2,992 より 4 新品

¥ 2,800 より 1 コレクター商品の出品



【2冊で最大4%、3冊以上で最大8%、10冊以上で最大10%】ポイント還元

2冊を購入する際クーポンコード「2BOOKS」を、3冊以上は「MATOME」を入力すると最大8~10%ポイント還 元! 今すぐチェック

不正確な製品情報を報告。

A11. Googleデータポータル

Q12. どこまで読まれているか計測したい

Q12. どこまで読まれているか計測したい

- ・ヒートマップツール
- ・無料である程度使える

101000 - 2 1 - 10101-11 2 7 - 1

メルマガ取得用に作りたい

など、色んな理由で活用出来ます。

時々、Gmailのアカウントの作り方が不安なので、お任せします、という相談をお客様から頂くので、 備忘録のためにまとめたいと思います。

ページコンテンツ [hide]

1 Gmailアドレス作成手順

1.1 1. Gmailのアカウント作成 6 - ジにアクセス

1.2 2. 名前を入力

1.3 3. ユーザー名を入力

1.4 4. パスワードを入力、再入力

1.5 5. 生年月日を入力

1.6 6. 性別を選択

1.7 7. 電話番号を入力

1.8 8. 現在のメールアドレスを入力

1.9 9. 国/地域を選択

1.10 1 0. 🤧 イバシーと利用規約に同意

1.11 1 1. 作成完了

2まとめ

2

5

Gmailアドレス作成手順

1. Gmailのアカウント作成ページにアクセス

gmailアカウント作成のページにアクセスします。 https://accounts.google.com/SignUp?hl=ja

98

日本の電話番号を登録するなら国番号は+81のまま入力します。

電話番号はパスワードを忘れた時やセキュリティーの設定を上げる際に、ショートメールが届いたり、 音声通話でパスコードが送られてくるので、必ず、受信可能なものを入力してください。

8. 現在のメールアドレスを入力

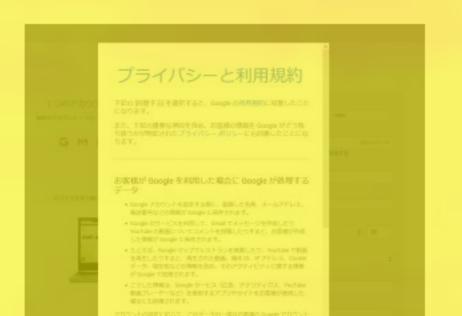
Gmailアドレスに関するお知らせが届いたり、パスワードを忘れて復活させる時に必要になったりするので、受信可能なメールアドレスを入力します。

9. 国/地域を選択

メインで利用する国と地域を選択します。

10. プライバシーと利用規約に同意

全ての項目に入力後、「次のステップ」をクリックすると、プライバシーと利用規約のウィンドウが開きます。



生年月日を入力します。

架空の年月日でも問題ないのですが、 れば、忘れない年月日にしましょう。



6. 性別を選択

選択式なのですが、「その他」、「回答しない」という欄もあるので、ご都合に合わせて入力しま**しょ う**。

7. 電話番号を入力

日本の電話番号を登録するなら国番号は+81のまま入力します。

電話番号はパスワードを忘れた時やセキュリティーの設定を上げる際に、ショートメールが届いたり、 音声通話でパスコードが送られてくるので、必ず、受信可能なものを入力してください。

8. 現在のメールアドレスを入力

Gmailアドレスに関するお知らせが届いたり、パスワードを忘れて復活させる時に必要になったりするので、受信可能なメールアドレスを入力します。

9. 国/地域を選択

メインで利用する国と地域を選択します。

00px

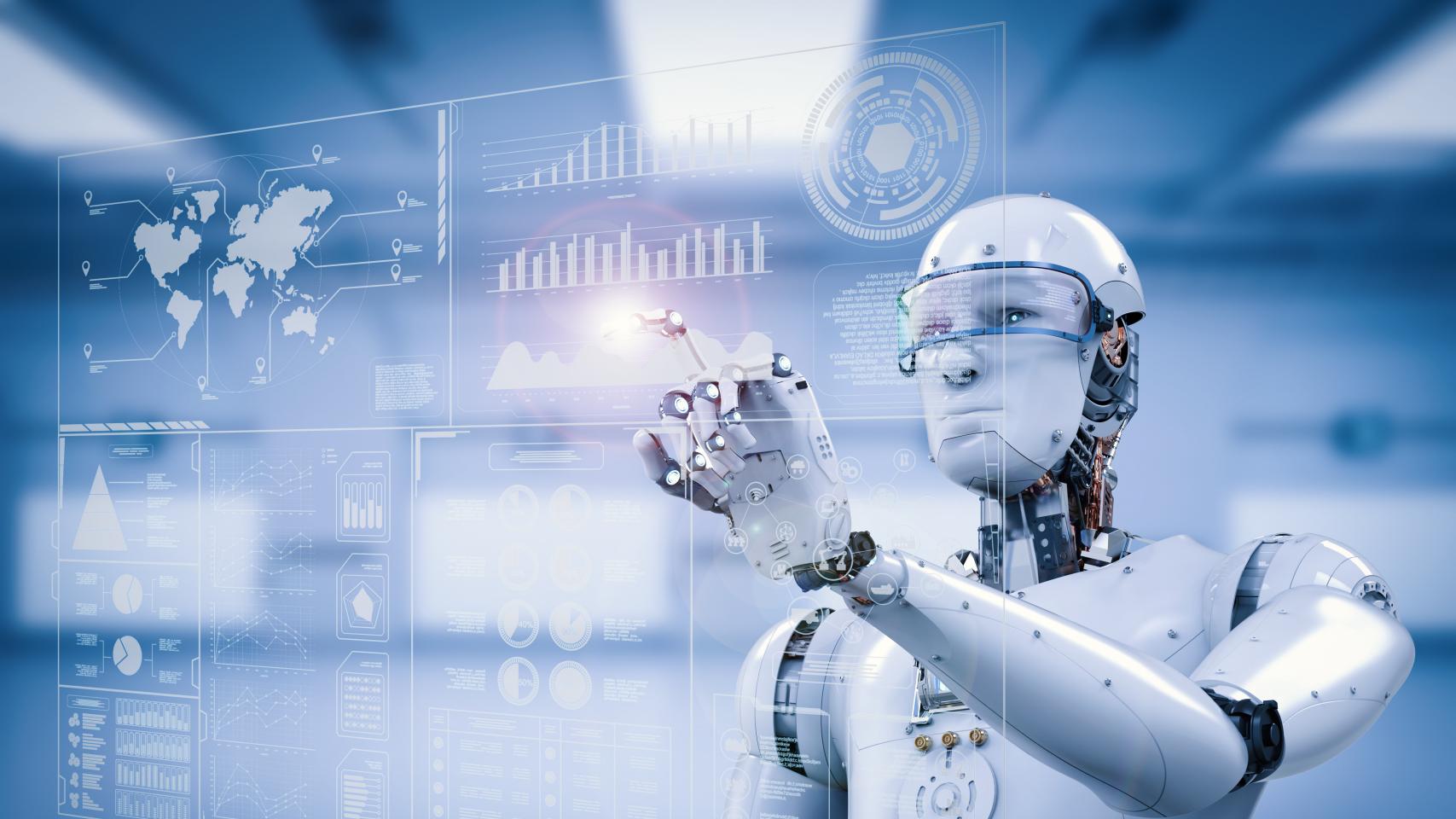
Q12. どこまで読まれているか計測したい

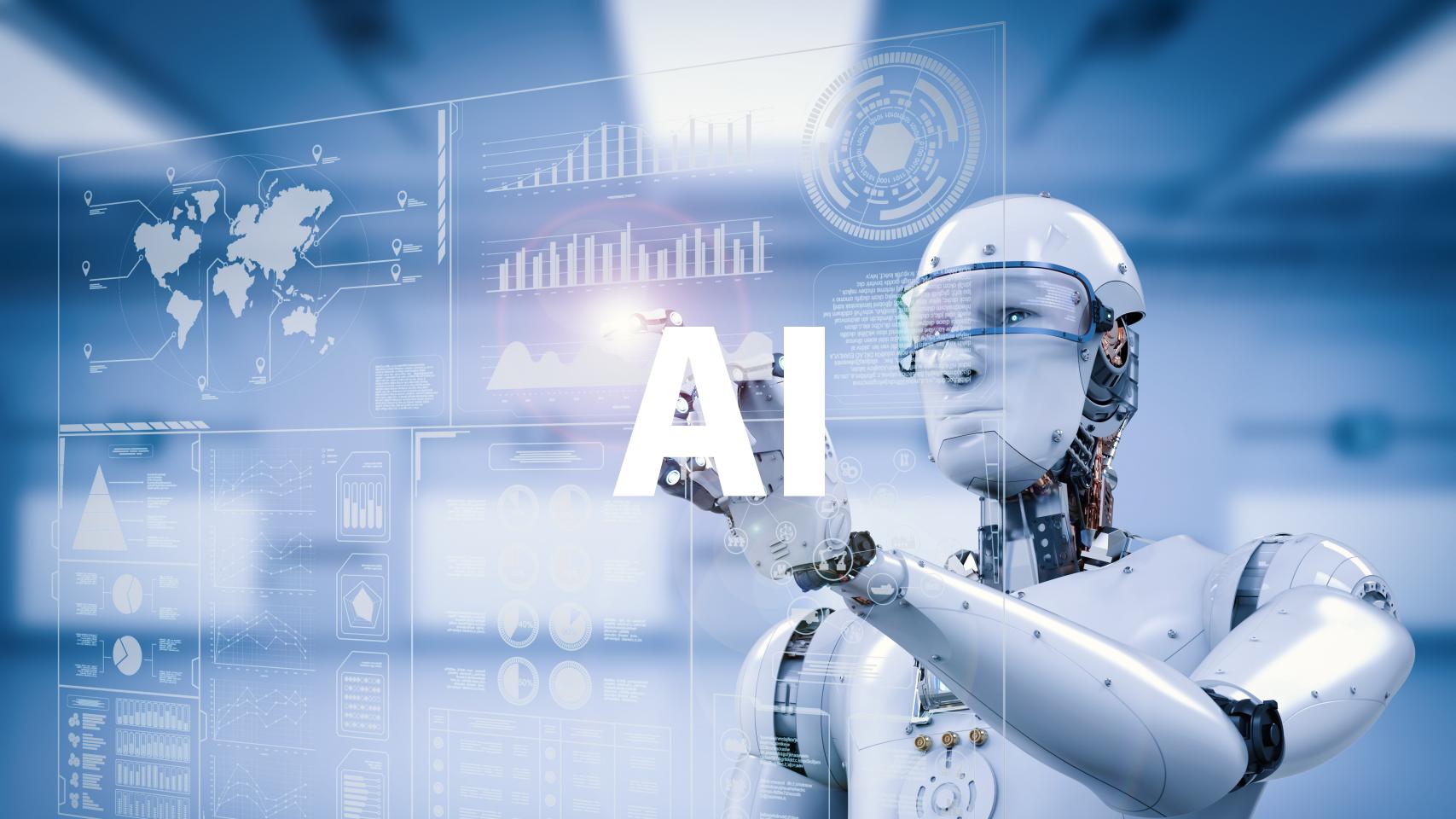
A12.ヒートマップツール



横足







自動化









 $\leftarrow \rightarrow c$

Al web解析





すべて

画像 ニュース 動画 ショッピング もっと見る

設定

ツール

約 24,200,000 件 (0.36 秒)

Webサイト改善、まずはここから | 効果の出るWebサイトへ

広告) www.synergy-marketing.co.jp/Webサイト/無料診断 ▼

20年の経験と実績を活かしたスピーディーな改善サイクルで短い期間でも効果を実感いただけます。 専任コンサルタントが診断から計画、実行・評価、改善までワンストップでご支援します。10社...

ヒートマップでWEB改善 | ページ分析でホームページ改善

広告 www.mieru-ca.com/WEB/改善 ▼ 03-5545-5230

アクセス解析ではわからないユーザー行動を把握し、根拠に基づいたUI/UX改善が可能に。Web上の ニーズ調査・産学連携で開発した技術・自社のコンテンツ診断・集客業務効率化。 よくいただくご質問・ヒートマップとは?・代理店/制作会社向けプラン・プラン一覧・ご利用料金

アクセス解析を自動で行う人工知能「AIアナリスト」- サイト分析サービ ス

https://wacul-ai.com/ ▼

アクセス解析を自動で行う人工知能「AIアナリスト」は、「Googleアナリティクス」のアクセス解析 データを元に、自動でWebサイトを分析し、わかりやすい言葉でサイト改善の方針を提案します。従

学金

料金体系



https://liskul.com/service-aianalyst-21779

ツール代金

VS

人件費·広告費

真道解

VS

正角华

植足2

→SSL設定 →動作確認URL

一 アクセス解析 アクセス解析 ⇒アクセスログ ·ŷエラーログ



高速化

- *Xアクセラレータ
- サーバーキャッシュ設定
- ・>ブラウザキャッシュ設定

webサイトのリスク

- ・書き換えられる
- ・踏み台にされる
- 情報流出

まとめ

- ・活用できないのは知らないから
- ・戦略に応じた指標とツール
- ・解析の目的は生産性の向上、 解析作業自体の生産性も上げましょう

webt1

生産性を高めるツール

ご静聴ありがとうございました。

