



<http://lp8.cssnite.jp/>

Webサイトをビジネスの手段として考えたとき、成果を求められるのは当然であり、その傾向はますます強まっています。

そのためには、アクセス解析データを数字として眺めるだけでなく、見てほしいコンテンツへの適切な誘導やコンバージョン（購入・成約・問い合わせなど）につなげるための「発想」や「作業」が必要です。サイト構成の見直し、新たなコンテンツの企画、リンクの文言や場所、広告のデザインや配置の変更など、さまざまな工夫のもとでサイトのパフォーマンスを高めていくことが不可欠です。

「Google Analyticsを導入して毎週レポートを見ている、でも、解析結果をサイトにどのように反映すればよいのかわからない」という方をターゲットに、CSS Nite LPの第8弾を企画しました。サイトのパフォーマンスを高めるためのアクセス解析データの活用、提案における成果の根拠、さらにそれを予算の提示につなげる方法など、Web制作者が取り組むべき課題にフォーカスします。

2005年10月にスタートしたCSS Niteは5年目に突入し、参加者はのべ人数で2万人を突破しました。2008年後半から「Season 3：スキルからセンスへ」というテーマが掲げ、スキルだけにフォーカスするのではなく、“クライアントとビジネスの話ができる”ためのトピックを少しずつ入れていきます。このセミナーイベントがひとつの大きな指針になればと考えています。

- イベント名** CSS Nite LP, Disk 8 通称「LP8」（エルピー・エイト）
- テーマ** Google Analyticsを使った Web アクセスログ解析とサイトへの反映
- 日時** 2010年1月9日 11:00~18:00（予定）
- 会場** ベルサール神田（千代田区神田神田美土代町7 住友不動産神田ビル2F）
- 定員** 240名+90名(追加募集分)
- 出演** 小杉 国太郎(グーグル)、衣袋 宏美(クロス・フュージョン)、大内 範行(アユダンテ)
石井 研二(HARMONY)、権 成俊(ゴンウェブコンサルティング)
- 主催** CSS Nite実行委員会
- 協力** サイバーガーデンbiz、ソシオメディア、DESIGN IT!, LLC、デジタルスケープ
- 協賛** 優クリエイト、カゴヤ・ジャパン、Web検定
- プレゼント協賛** awesome! クリエイターズショップ、Multi-Bits、毎日コミュニケーションズ
Mozilla Japan、KDDIウェブコミュニケーションズ(Jimdo)
- メディア協賛** ASCII.jp Web Professional、Web担当者Forum、Webエキスパート、Gihyo.jp
- 参加費** 9,000円 ※事前のお申し込み+決済が必要です。

session 1

Google Analytics ベーシック

Google Analyticsを利用するにあたって、押さえておきたい機能を中心に、基本的な内容で構成。製品の変遷やしくみ、導入方法、コンバージョンやトラッキングを含む基本設定、レポート機能の使用法まで、必須機能を網羅的に解説します。また、2009年11月に公開されたマルチカスタム変数（ユーザー定義の拡張）、インテリジェンス（アクセス変動の自動感知と原因分析）などの最新機能もご紹介します。

session 2

仮説検証型、かつ4つの対顧客戦略でデータを見る ～ Google Analyticsを使った分析のあるべき流れ

Google Analyticsをはじめとする高度なアクセス解析ツールには、100を超えるレポートがあります。役に立つレポートが多数ありますが、当然毎日すべてを見る時間はありませんし、実は見るべきポイントはそれほど多くはありません。さらに、データを見て単に納得するだけでは、Webサイトの改善に役立てることは難しいでしょう。Google Analyticsを使った3つのデータ分析ポイント、4つの対顧客戦略で考える分析フロー、Google Analyticsで得られる指標の優先順位や頻度など、汎用的なアクセス解析の分析手順と見るべきポイントを解説します。

session 3

ユーザー行動をセグメント化して、サイト改善 ～ユーザーの行動と気持ちに寄り添うセグメンテーション分析

サイト改善のために、アクセス解析は有効でしょうか？ 残念ながら、アクセス解析の全体の数字を見ていても、なかなかその答えにはたどり着けません。そんなときは、ユーザーの行動を「セグメント」に分解して分析してみましょう。ユーザーの行動を「セグメント」に分けることで、根拠を持ってサイト改善の仮説が立てられます。ユーザーの行動と気持ちに寄り添うセグメンテーション分析。Google Analyticsのすごい点は、「セグメンテーション分析」が、無料でサクサクと実現できることです。実際のサイト事例を使いながら、ユーザーの行動に迫ってみましょう。

session 4

Web制作会社のための、 顧客が逃げないGoogle Analyticsレポート ～成果アップのための解析「報告」の実践

制作者はサイトをよく考えて「制作」するだけではなく、顧客企業の担当者やプロジェクトの関係者を「育成」していかなければなりません。毎月の報告会で、前回よりも良くなった数値を見せ、今後の方針を語り、顧客企業のWebマスターが会社からほめられるようにし、そして、さらなる予算を引き出すことがミッションです。サイトの強みと弱み、これから進むべき道を論理的に把握し、数値化すれば、次のリニューアルがコンペであったとしても恐れることはありません。Google Analyticsはそのために最適な、制作者の「強い味方」です。サイトの「成長」をとらえる分析手法と、「今後の成長」のための改善策、さらに、それらを手際よくわかりやすく報告するためのレポート手法を解説。明日から使える超実践編です。

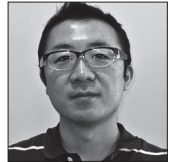
session 5

経営者視点のサイトリニューアル提案 ～ Google Analyticsを使った経営成果の算出法

サイトを作れば成果と認められる時代は終わりました。いま多くの企業が、コストと見なしたものをできるだけ削減しようとしています。成果の見積もりがないまま、「とりあえずサイトを作りましょう」、という姿勢では、制作費はコストと見なされ、最小限の予算しか獲得できません。いまこそサイト改善から得られる売り上げをきちんと見積もり、Web制作費の根拠とし、実際の成果に結びつける必要があります。Google Analyticsを利用した成果の定量化、環境調査と組み合わせたサイトリニューアル効果の見積もり、リニューアル提案での予算の提示方法を解説します。

小杉 国太郎 (こすぎ・くにたろう)

グーグル株式会社
オンラインオペレーション スペシャリスト



2001年から大手検索ポータルサイトのディレトリ構築に携わる。2002年初頭よりサーチマーケティングやユーザビリティを切り口とした大手ポータルサイト、ショッピングサイトなどのコンサルティングを多数手がけ、4年間で延べ60サイト以上のアクセスログ分析を経験。

2006年よりグーグル株式会社でGoogle Analyticsを担当し、現在に至る。

衣袋 宏美 (いぶくろ・ひろみ)

株式会社クロス・フュージョン 代表取締役



日経BP社調査部、インターネット視聴率センター長などを経、その後ネットレイティングスでインターネット視聴率サービスの立ち上げに参画、アクセス解析ベンダーの買収を機にこの分野に軸足をシフト。2006年に独立、2009年にはアクセス解析イニシアチブの立ち上げに参画、アクセス解析の分析サービスを提供しながら、記事執筆、出版、ブログ、セミナー、教育トレーニングを行う。

主な肩書きに、アクセス解析イニシアチブ副代表、デジタルハリウッド大学大学院 客員教授、ネットレイティングス株式会社 フェロー、アジャイルメディア・ネットワーク加盟プロガーなど。著書に「ネット視聴率白書2008-2009」、監訳に「Webアナリスト養成講座」。

大内 範行 (おうち・のりゆき)

アユダテ株式会社 チーフ・ウェブアナリスト
アクセス解析イニシアチブ 代表



日本アイ・ビー・エム、マイクロソフトを経て、2000年、SEOコンサルティング会社を設立、日本のSEO市場立ち上げの一角を担う。

2005年よりアユダテ株式会社設立に参画。2009年、アクセス解析の協議会「アクセス解析イニシアチブ」を設立、アクセス解析の普及活動に力を注ぐ。Google Analytics認定コンサルタント(GAAC)とIQ認定資格を持つ。

主な著書に「できる100ワザ Google Analytics」、「できる100ワザSEO & SEM」、「SEM: 検索連動型キーワード広告 新100の法則」など。

石井 研二 (いしい・けんじ)

株式会社HARMONY
専務取締役 兼 COO



1961年、神戸生まれ。雑誌編集、通販カタログ企画を経て、1995年からWebプロデューサー。

当初からアクセス解析を生かして、多数の企業ホームページを成功に導く。2002年からはアクセス解析サービス「サイトグラム」で年間12億ページビューを分析、500の企業サイトにアドバイスを行う「日本一のログ読み男」。企業セミナーなど多数。

著書に「新版 アクセス解析の教科書」(翔泳社)、「集客力を飛躍的に向上させるGoogle Analytics アクセス解析の極意」(秀和システム)、「ムダを省き効果を最大にするWebディレクションの手法80」(MdN)など。

権 成俊 (ごん・なるとし)

株式会社ゴンウェブコンサルティング 代表取締役



1973年生まれ。横浜国立大学大学院物質工学研究科修了。1997年からソフトバンク株式会社にてEC担当として多くのIT企業のEC事業を支援。2002年に株式会社ゴンウェブコンサルティング設立。

事業全体のデザインとSEOやアクセスログ解析などの手法の両面を得意とすることから、戦略から実装までの一貫支援を得意とする。また、ウェブ制作会社やレンタルサーバーなどウェブプロフェッショナルを対象とした教育、サポートを行う。著書に「ECサイト4モデル式Google Analytics経営戦略」(村上 佐央里 共著、アスキー・メディアワークス)など。