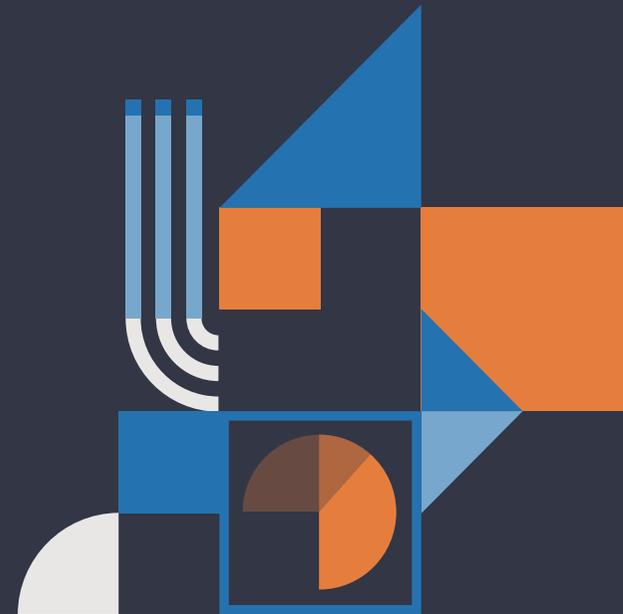
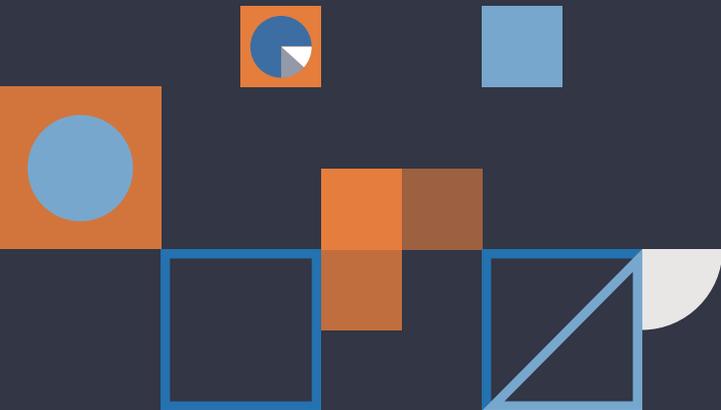


Repro

Get Started with Google Analytics



目次

- 1 はじめに
- 2 CVへの貢献度が高いページを知る(セグメント)
- 3 メルマガやクーポンの配信タイミングを知る(カスタムレポート)
- 4 「何回目」の訪問でCVするのかを知る(新規とリピーター)

1

はじめに

「10日間で成果を出せ」と言われたら？

Webサイトの運営には欠かせない**Google Analytics(以下GA)**。
約100種類近くのレポート機能があり、使いこなせばサイト改善に
とても役立つツールです。

しかしいくら分析画面を見たところで、そこから気づきを得て、
施策につなげられなければ意味がありません。

本書では、打ち手を発見しやすい、**即効性のある分析機能**に絞って紹介しています。
「すぐに」サイト売上を伸ばしたい事業者の方は、ぜひこれを読んで施策に直結する分
析を実行してみてくださいはいかがでしょうか？

2

CVへの貢献度が高いページを知る
(セグメント)

CVへの貢献度が高いページを知る(セグメント)

webサイトの改修は時間がかかります。だからこそ、優先してアップデートすべき箇所を選択することが迅速な成果につながるのです。

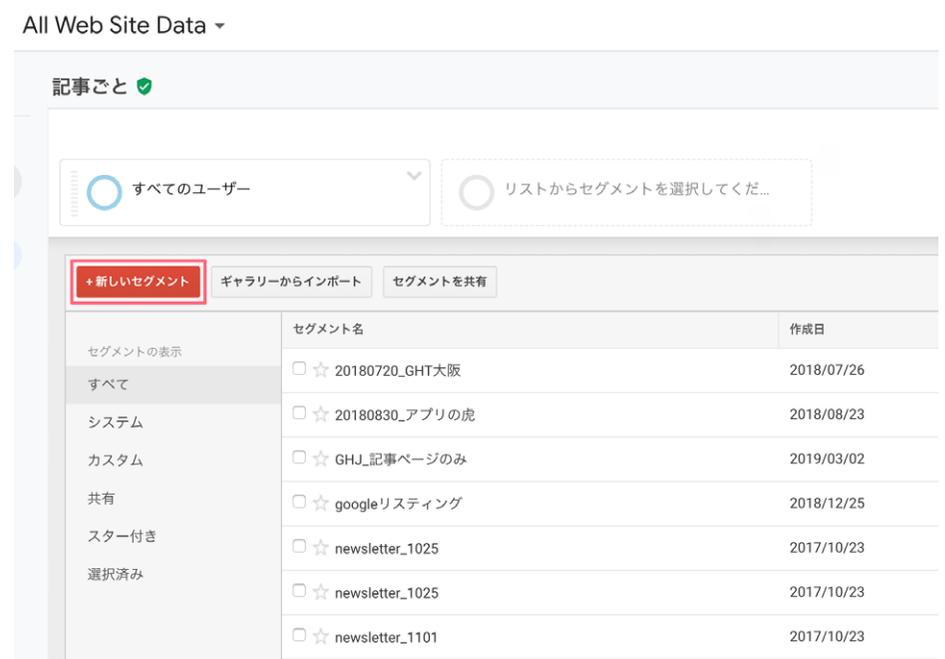
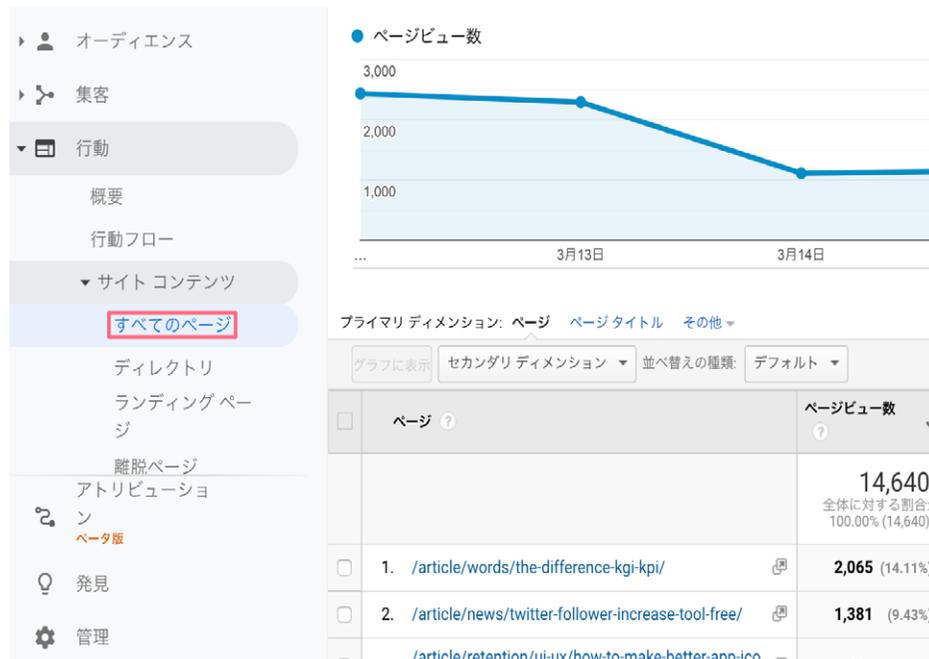
改修すべきページとは、**コンバージョンへの貢献度が高いページ**、すなわちコンバージョンするユーザーが「通過」したページといえます。

ページごとのコンバージョン貢献度を明らかにすることで、どのページを改善すべきなのかに加え、**どのページに誘導することがCVRの改善をもたらすのかも**明らかになります。例えば、短期的にできる施策として、**サイト内バナーの遷移先を最適化**するためにも役立つのです。

CVへの貢献度が高いページを知る(セグメント)

①まず、左側メニューの「サイトコンテンツ」から、「すべてのページ」を表示します。

②上部の「セグメントを追加」から「新しいセグメント」を選択します。



CVへの貢献度が高いページを知る(セグメント)

③「条件」から「ページ」「含む」を指定したあと、「コンバージョンした後に必ず遷移するページ」のURLを入力します。

すべてのユーザー
100.00% ユーザー

+ セグメントを追加

セグメント名 [] [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回のセッションが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:

フィルタ セッション ▼ 含む ▼

ページ ▼ 含む ▼ /thanks/

+ フィルタを追加

④ コンバージョンするまでにユーザーが通過してきたページの一覧が「PV数(通過数)順」で表示されます。

CV貢献度
0.29% ユーザー

+ セグメントを追加

レポートタブ
ユーザー ▼ 対 指標を選択

● ユーザー

10
5
... 3月13日 3月14日 3月15日 3月16日 3月

プライマリディメンション: ページ
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 ▼

| ページ | ユーザー | セッション |
|--|---------------------------------------|---------------------------------------|
| CV貢献度 | 30 全体に対する割合: 0.29% (10,484) | 32 全体に対する割合: 0.27% (11,705) |
| 1. /downloads/ | 13 (5.65%) | 1 (3.12%) |
| 2. /download/aso-knowhow-download-double/ | 12 (5.22%) | 1 (3.12%) |
| 3. /download/aso-knowhow-download-double/thanks/ | 11 (4.78%) | 0 (0.00%) |
| 4. /download/kpitree-app-revenue-6/ | 10 (4.35%) | 0 (0.00%) |

3

メルマガやクーポンの配信タイミングを知る (カスタムレポート)

メルマガやクーポンの配信タイミングを知る(カスタムレポート)

サイト売上の特效薬といえば、クーポン配布やセールの実施などが挙げられます。しかし、ユーザーのアクセスが少ない曜日や時間帯にそれらを告知しても、効果は弱くなってしまいます。

デフォルトでは「日別」「時間別」など時間軸でセッション数のレポートを表示することが可能ですが、施策を打つ最適なタイミングを知るためには「曜日×時間帯」の**カスタムレポート**を作成することがおすすめです。

メルマガやクーポンの配信タイミングを知る(カスタムレポート)

①左側上部にある「カスタム」から「カスタムレポート」をクリックします。

The screenshot shows the Google Analytics 'Custom Reports' page. On the left sidebar, the 'Custom' menu is expanded, and 'Custom Reports' is highlighted with a red box. The main content area shows a list of reports including 'Repro事例ページ閲覧セッション数', 'モバイルキャリア別速度', '記事ごと', and 'LP推移'. At the top of the main area, there are buttons for '+新しいカスタムレポート', '+カテゴリを作成', and 'ギャラリーからインポート'.

②「新しいカスタムレポート」を選び、レポートの名称を入力します。

The screenshot shows the 'Create Custom Report' form in Google Analytics. The 'Title' field is highlighted with a red box and contains the text '曜日×時間帯'. Below the title field, there are sections for 'Report Content' (with a 'Report Tab' dropdown), 'Dimension Groups' (with a '+ Add Dimension Group' button), and 'Dimensions' (with a '+ Add Dimension' button). The left sidebar shows the 'Custom Reports' menu item highlighted.

メルマガやクーポンの配信タイミングを知る(カスタムレポート)

③「指標を追加」をクリックし、検索窓に計測したい指標、「セッション」と入力。そのままクリックします。

④さらに指標を追加していきます。検索窓に「目標の完了数」と入力し、クリックします。

カスタムレポートの作成

全般情報

タイトル 曜日×時間帯

レポートの内容

レポートタブ × +レポートタブを追加

名前 レポートタブ

種類 エクスプローラ フラットテーブル 地図表示

指標グループ

指標グループ

セッション + 指標を追加

+ 指標グループを追加

ディメンションの詳細

+ ディメンションを追加

フィルタ - オプション

+ フィルタを追加

全般情報

タイトル 曜日×時間帯

レポートの内容

レポートタブ × +レポートタブを追加

名前 レポートタブ

種類 エクスプローラ フラットテーブル 地図表示

指標グループ

指標グループ

セッション 目標の完了数 + 指標を追加

+ 指標グループを追加

ディメンションの詳細

+ ディメンションを追加

フィルタ - オプション

+ フィルタを追加

ビュー - オプション

このアカウントに設定されているすべてのビュー

1個のビューを選択

メルマガやクーポンの配信タイミングを知る(カスタムレポート)

⑤ コンバージョン率も一緒に閲覧したい場合は、「指標の追加」から「コンバージョン率」を追加してください。

全般情報

タイトル

レポートの内容

レポートタブ × + レポート タブを追加

名前

種類

指標グループ

指標グループ

+ 指標グループを追加

ディメンションの詳細

+ ディメンションを追加

フィルタ - オプション

+ フィルタを追加

ビュー - オプション

このアカウントに設定されているすべてのビュー

1 個のビューを選択

⑥ ディメンション(=どんな単位で数字を見たいか)を追加します。検索窓に「曜日」と入力し「曜日の名前」をクリック。

レポートの内容

レポートタブ × + レポート タブを追加

名前

種類

指標グループ

指標グループ

+ 指標グループを追加

ディメンションの詳細

+ ディメンションを追加

フィルタ - オプション

+ フィルタを追加

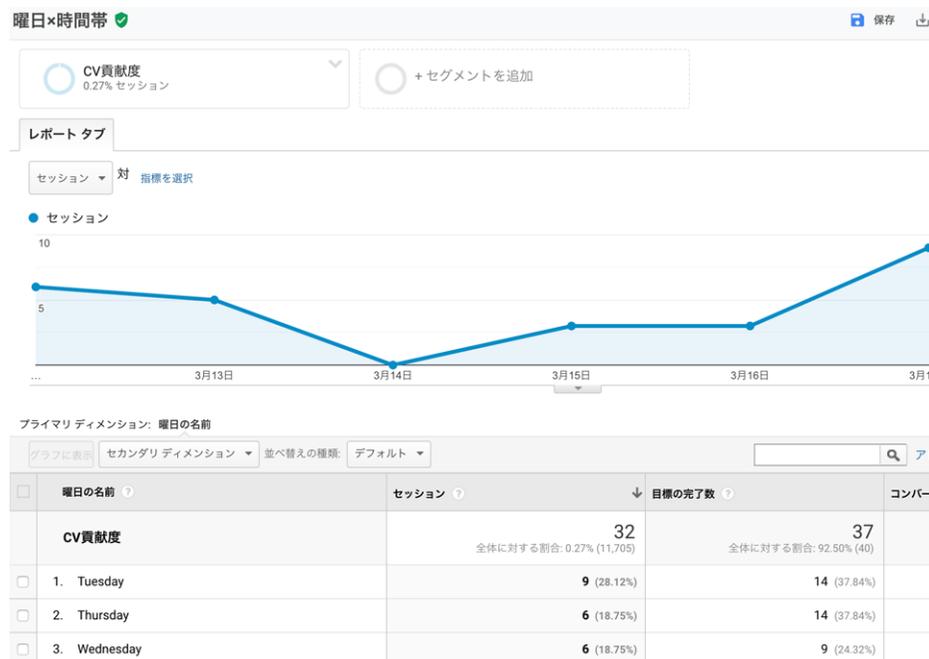
ビュー - オプション

このアカウントに設定されているすべてのビュー

1 個のビューを選択

メルマガやクーポンの配信タイミングを知る(カスタムレポート)

⑦以下のようなレポートが表示されます。



⑧さらに「セカンダリディメンション→時刻→時」と選択し、さらに時間帯を掛け合わせます。

プライマリ ディメンション: 曜日の名前

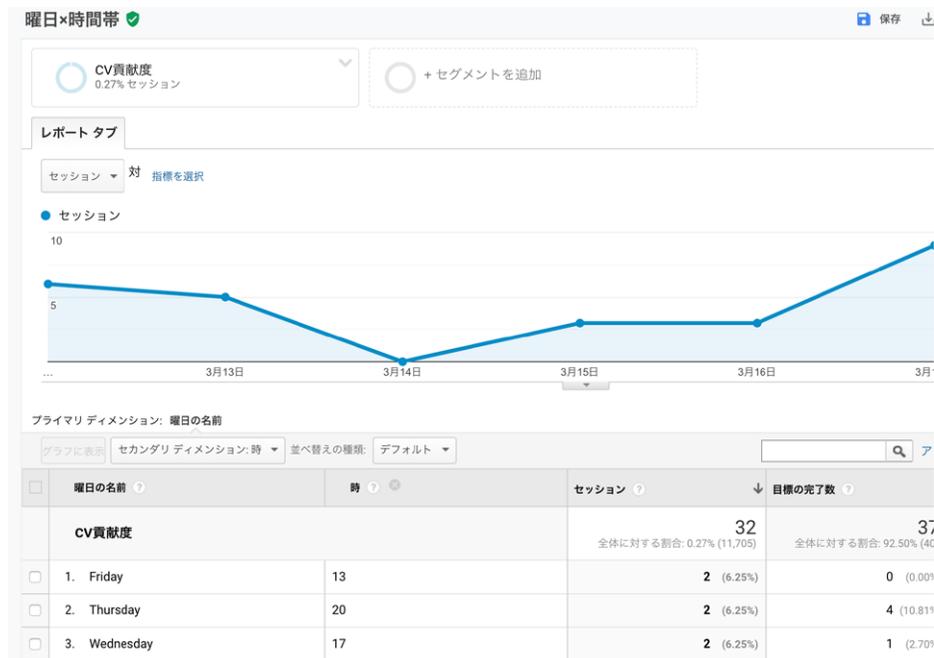
セカンダリディメンション: Flashのバージョン

並べ替えの種類: デフォルト

| 曜日の名前 | Flashのバージョン | セッション |
|--------------|-------------|--------------------------------|
| CV貢献度 | | 32 全体に対する割合: 0.27% (11,705) |
| 1. Tuesday | (not set) | 9 (28.12%) |
| 2. Thursday | (not set) | 6 (18.75%) |
| 3. Wednesday | (not set) | 5 (15.62%) |
| 4. Friday | (not set) | 4 (12.50%) |
| 5. Monday | (not set) | 3 (9.38%) |
| 6. Sunday | (not set) | 2 (6.25%) |
| 7. Friday | 32.0 r0 | 1 (3.12%) |
| 8. Sunday | 32.0 r0 | 1 (3.12%) |
| 9. Wednesday | 32.0 r0 | 1 (3.12%) |

メルマガやクーポンの配信タイミングを知る(カスタムレポート)

⑨これで施策タイミングの最適化に有効な「曜日×時間帯」のレポートを作成することができました。



4

「何回目」の訪問でコンバージョンするかを知る
(新規とリピーター)

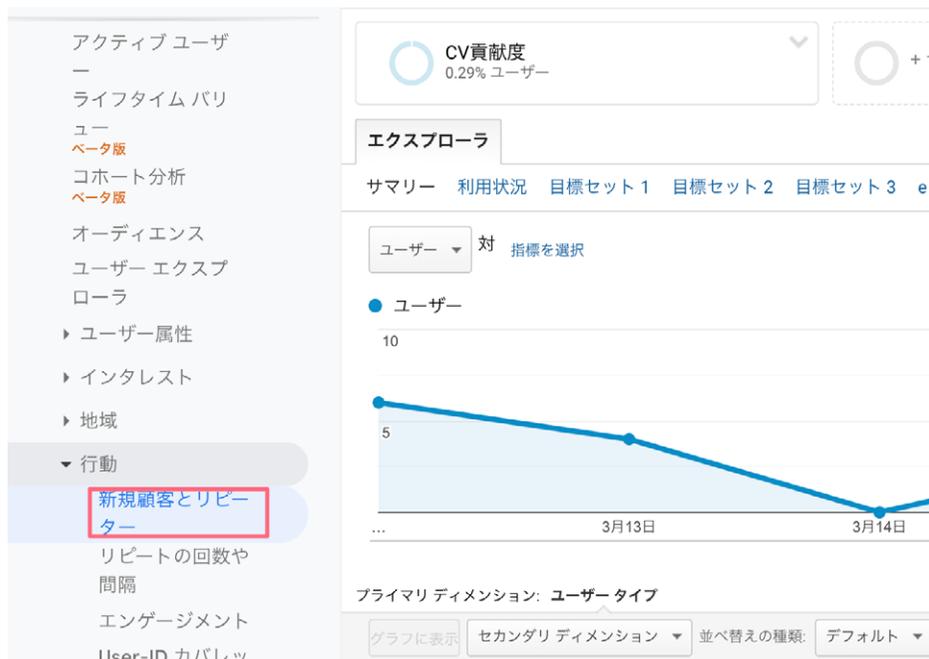
「何回目」の訪問でコンバージョンするかを知る(新規とリピーター)

ユーザーは、最初のサイト訪問でコンバージョンするとは限りません。例えばECサイトなどでは、新規訪問者よりも**リピーターの方が商品購入に至りやすい**という傾向があります。

何回くらいサイトに訪れればコンバージョンしてくれるのか、その**「マジックナンバー」**を知ることができれば、続き物のコンテンツを打ち出したり、会員制メルマガを配信したり、あるいはリマケ広告を配信したりといった施策の考案が容易になります。

「何回目」の訪問でコンバージョンするかを知る(新規とリピーター)

①左側メニューにある「オーディエンス」から「行動」、
「新規顧客とリピーター」を順にクリックします。



②これで、新規・リピートユーザーそれぞれのコンバージョン率
などを確認することができます。

プライマリ ディメンション: ユーザータイプ

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

| | 集客 | | |
|---|---|---------------------------------------|---------------------------------------|
| | ユーザー ? ↓ | 新規ユーザー ? | セッション |
| <input type="checkbox"/> ユーザータイプ ? | 10,484 全体に対する割合: 100.00% (10,484) | 9,288 全体に対する割合: 100.05% (9,283) | 11,7 全体に対する割合: 100.00% (11,700) |
| <input type="checkbox"/> 1. New Visitor | 9,264 (83.66%) | 9,288 (100.00%) | 9,288 (79.00%) |
| <input type="checkbox"/> 2. Returning Visitor | 1,809 (16.34%) | 0 (0.00%) | 2,417 (20.00%) |

「何回目」の訪問でコンバージョンするかを知る(新規とリピーター)

③しかしリピート回数とコンバージョンの相関をつかむことはできません。なので、「リピートの回数や間隔」を開きます。

The screenshot shows the analytics dashboard with a sidebar on the left and a main content area. The sidebar has a menu with '行動' (Action) expanded, and 'リピートの回数や間隔' (Repeat visit count and interval) is highlighted with a red box. The main content area shows a summary for 'すべてのユーザー' (All users) with 11,705 sessions. Below this is a table showing the distribution of sessions by visit count.

| セッション数 | セッション |
|--------|-------|
| 1 | 9,288 |
| 2 | 1,225 |
| 3 | 414 |
| 4 | 216 |
| 5 | 141 |
| 6 | 83 |
| 7 | 58 |
| 8 | 36 |
| 9-14 | 97 |

④「セグメントを追加」をクリックし、「システム」から「コンバージョンに至ったユーザー」を選択、「適用」します。

The screenshot shows the 'リピートの回数や間隔' (Repeat visit count and interval) segment configuration screen. It features a dropdown menu for 'すべてのユーザー' (All users) and a dropdown for 'コンバージョンに至ったユーザー' (Users who converted), which is highlighted with a red box. Below the dropdowns are buttons for '+新しいセグメント' (Add new segment), 'ギャラリーからインポート' (Import from gallery), and 'セグメントを共有' (Share segment). A table lists various segments, with 'コンバージョンに至ったユーザー' (Users who converted) selected and highlighted with a red box.

| セグメント名 | 作成日 |
|---|-----|
| <input type="checkbox"/> ☆ コンバージョンが達成されたセッション | |
| <input checked="" type="checkbox"/> ☆ コンバージョンに至ったユーザー | |
| <input type="checkbox"/> ☆ コンバージョンに至らなかったユーザー | |
| <input type="checkbox"/> ☆ サイト内検索を実行したユーザー | |
| <input type="checkbox"/> ☆ シングルセッションユーザー | |
| <input checked="" type="checkbox"/> ☆ すべてのユーザー | |
| <input type="checkbox"/> ☆ タブレットトラフィック | |

「何回目」の訪問でコンバージョンするかを知る(新規とリピーター)

⑤その際、「すべてのユーザー」のチェックは外しておきます。

リピートの回数や間隔 保存 エクスポート

コンバージョンに至ったユーザー リストからセグメントを選択してください...

+新しいセグメント ギャラリーからインポート セグメントを共有 ビュー

| セグメント名 | 作成日 | 変更日 |
|---|-----|-----|
| <input type="checkbox"/> ☆ コンバージョンが達成されたセッション | | |
| <input checked="" type="checkbox"/> ☆ コンバージョンに至ったユーザー | | |
| <input type="checkbox"/> ☆ コンバージョンに至らなかったユーザー | | |
| <input type="checkbox"/> ☆ サイト内検索を実行したユーザー | | |
| <input type="checkbox"/> ☆ シングルセッションユーザー | | |
| <input type="checkbox"/> ☆ すべてのユーザー | | |
| <input type="checkbox"/> ☆ タブレットトラフィック | | |
| <input type="checkbox"/> ☆ タブレットとPCのトラフィック | | |
| <input type="checkbox"/> ☆ トランザクションが発生したセッション | | |

適用 キャンセル

⑥表示されたレポートにより、何回目の訪問でコンバージョンする傾向にあるかが分かります。

リピートの回数や間隔 保存 エクスポート

コンバージョンに至ったユーザー (0.11%, ユーザー (0.16%, セッション)) +セグメントを追加

分布

セッション数 セッションの間隔 (日数)

セッション

コンバージョンに至ったユーザー **19** ページビュー **115**
全体に対する割合: 0.16% (11,705) 全体に対する割合: 0.16% (11,705)

| セッション数 ? | セッション ? |
|----------|---------|
| 1 | 11 |
| 2 | 3 |
| 3 | 2 |
| 4 | 2 |
| 5 | 1 |

分析～施策の高速化が成果への近道

以上の3つが、Google Analyticsの全機能の中でも特に**即効性のある**分析機能です。これらの分析を実施した上で、サイトのUI改善やメルマガ・クーポンの配信を行えば、**確実に以前よりも売上がアップさせることができるのです。**

ただ、UI改善などの施策をすぐに行う**リソースがない場合**も多いことでしょう。しかしその場合でも、「マジックナンバー分析」や「CV貢献度分析」など、**分析機能が充実したWeb接客ツール**を活用することで、**分析～施策をスピーディーに実施することが可能になります。**

この資料に関してご興味や疑問点がある方は
お気軽にご連絡下さい。
2 営業日以内にご返信を差し上げます。

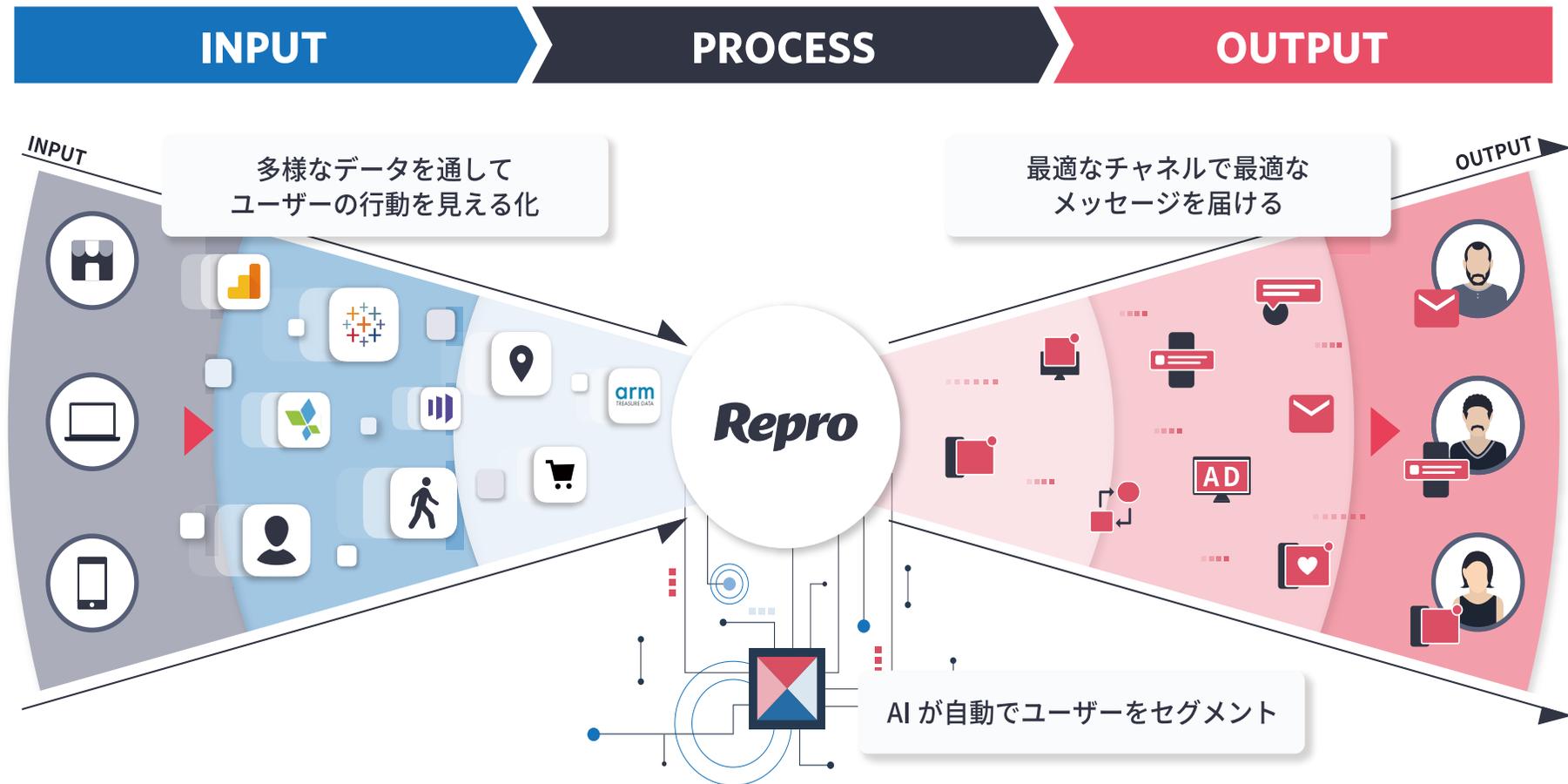
 お問い合わせフォーム

<https://repro.io/demo/>

 info@repro.io

 03-6687-9783
(受付時間 平日 11:00-18:00)

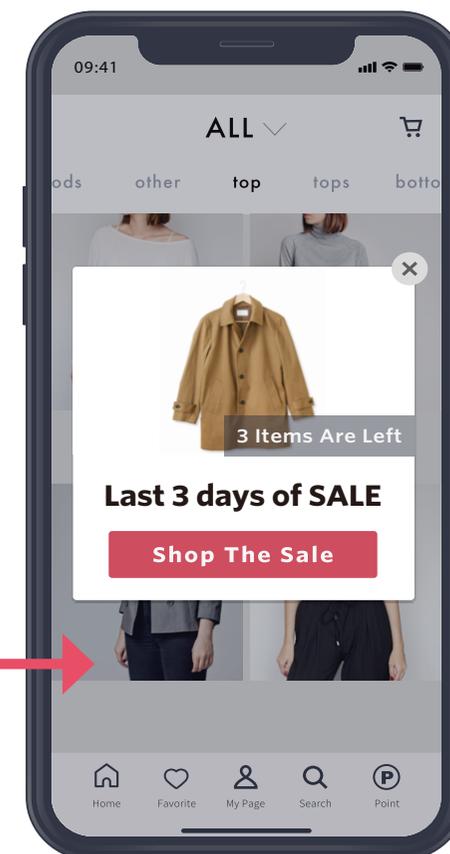
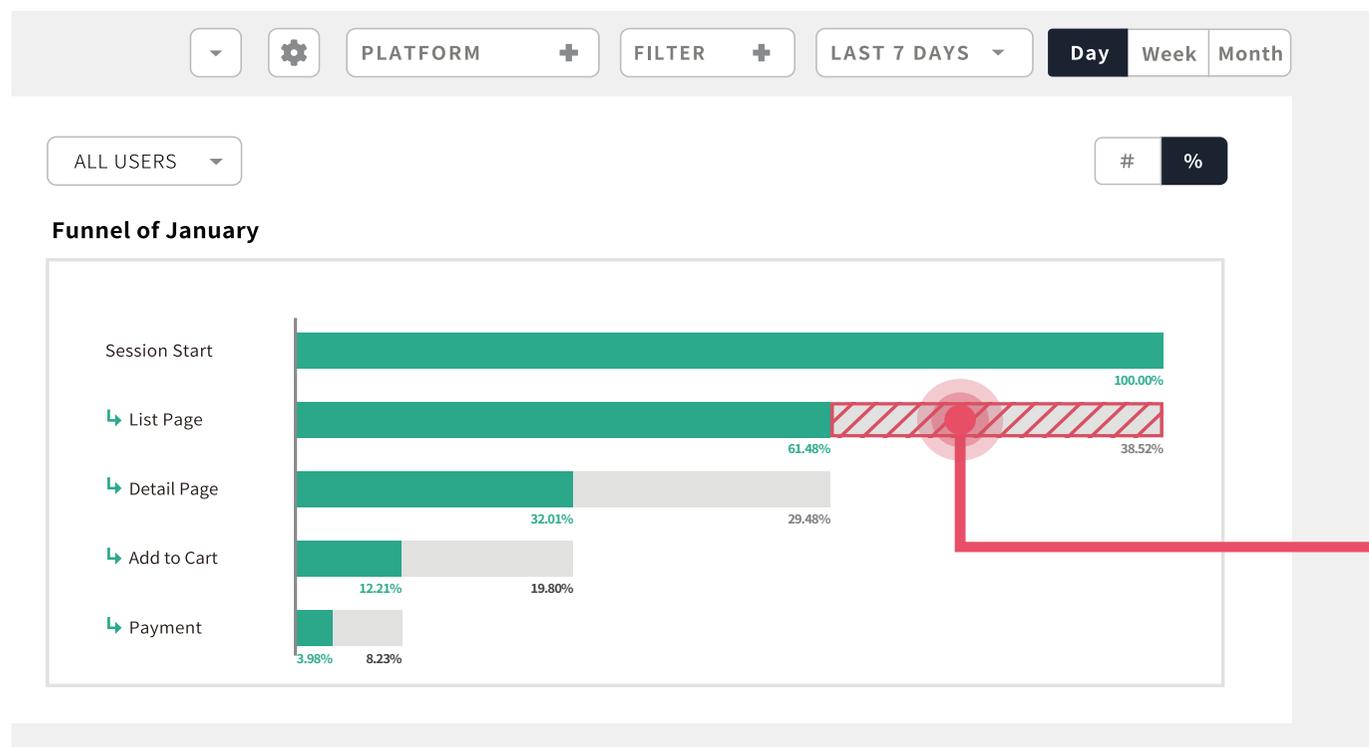
Reproは顧客データを活用し、メールやプッシュ通知、Webやアプリ内ポップアップなどのチャンネルを横断した付加価値の高いコミュニケーションを実現するプラットフォームです。



Reproを活用することで、チャンネルを横断した最適なコミュニケーションを実現。
顧客のサービスに対する愛着(エンゲージメント)を高め、リピーター化します。



エンジニアの工数を使うことなく、利用ユーザーの行動×属性でセグメント可能。
メッセージの表示トリガーもワンクリックで選択できます。



行動分析機能を使い、リテンション、あるいはコンバージョンしているユーザーが利用しているページや機能を割り出すことができます。

| 対象ユーザー | 日数 | | | | | | | |
|---------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| 10/11 金 | 198 | 45.45% | 52.52% | 55.56% | 57.58% | 56.06% | 52.02% | 58.08% |
| 10/12 土 | 186 | 53.76% | 53.23% | 53.76% | 51.61% | 49.46% | 56.99% | 52.15% |
| 10/13 日 | 206 | 52.91% | 49.03% | 45.63% | 51.46% | 54.85% | 57.77% | 55.34% |
| 10/14 月 | 205 | 54.63% | 51.71% | 50.24% | 52.68% | 51.22% | 48.83% | 53.17% |
| 10/15 火 | 204 | 51.96% | 51.47% | 52.45% | 54.41% | 44.61% | 52.45% | 48.53% |
| 10/16 水 | 202 | 46.53% | 51.49% | 53.96% | 52.67% | 53.47% | 50.00% | 43.56% |
| 10/17 木 | 192 | 46.88% | 45.83% | 49.48% | 55.73% | 46.88% | 47.92% | 55.21% |
| 10/18 金 | 215 | 50.23% | 52.56% | 50.70% | 53.93% | 50.70% | 55.35% | 40.93% |
| 10/19 土 | 198 | 49.49% | 45.96% | 51.01% | 58.08% | 52.02% | 40.91% | |
| 10/20 日 | 178 | 56.04% | 45.51% | 51.69% | 56.55% | 35.96% | | |
| 10/21 月 | 220 | 48.36% | 53.18% | 50.45% | 42.27% | | | |
| 10/22 火 | 221 | 51.58% | 46.15% | 44.80% | | | | |
| 10/23 水 | 192 | 54.69% | 38.54% | | | | | |
| 10/24 木 | 187 | 37.97% | | | | | | |

「担当者にノウハウがない...」

「広告予算が高騰している...」

「人的リソースが足りない...」



左記のような
マーケティング活動に関する様々なご相談に
個別で対応させていただきます。

以下のリンクから、3分で答えられる簡単なアンケートにご入力ください。
2営業日以内にReproの専門スタッフからご連絡を差し上げます。

無料で相談する

その他、この資料に関してご興味や疑問点がある方は
お気軽にご連絡下さい。

 お問い合わせフォーム

<https://repro.io/contact/>



Repro