GoogleAnalyticsの基本機能で顧客接点を紐解く

2020年2月14日

株式会社 ADKマーケティング・ソリューションズ
デジタルビジネスプロデュースセンター

自己紹介

株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ
デジタルビジネスプロデュースセンター
デジタルビジネスアカウントユニット
デジタルビジネスアカウントコンサルティンググループ長

南雲 雄介

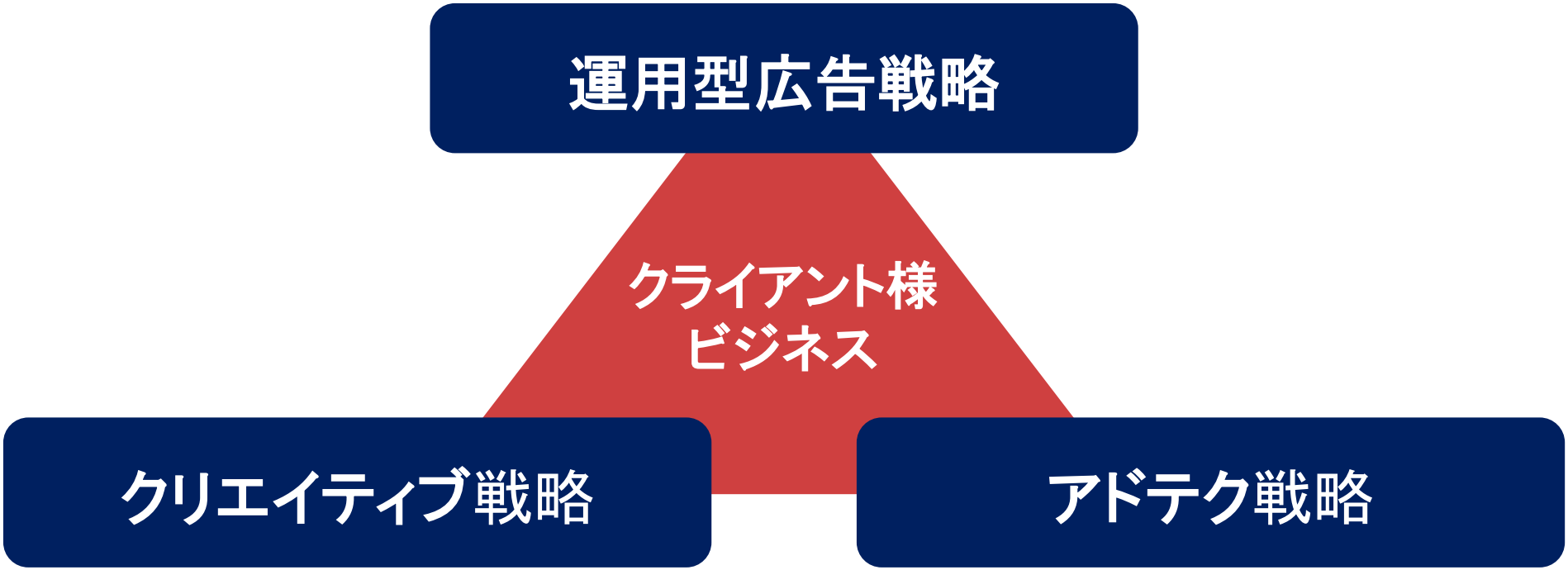
【略歴】
事業会社(教育関連)で営業や広報、マーケティング等幅広い業務に従事。その後大手ネット広告専業代理店でSEMコンサルタントとして広告運用業務に携わり、ナショナルクライアントを中心に担当。2013年にADKへ入社し、2020年から現職。

【資格】
・GAIQ(GoogleAnalyticsIndividualQualification)
・Google広告認定資格
・AdobeAdvertisingAcademySpecialistCertification
・AmazonAdvertising認定資格
・EBiStar認定資格　etc

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

DBアカウントコンサルティンググループのミッション

「運用型広告戦略」を中核としつつ、「クリエイティブ戦略」や「アドテク戦略」といった周辺領域を適時取り込み、**クライアント様ビジネス**をサポートさせて頂きます。



© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

“顧客”を理解していますか？

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

Agenda

①顧客接点の全体像⇒セグメント機能による深掘

・顧客接点の全体像を掴む
・アクセス全体の把握
・セグメントを活用することで見えてくる傾向を把握

②様々な切り口から顧客を知り、ボトルネックも把握

・どのような環境でアクセスしている？
・どんな顧客が訪問している？
・顧客はどこから来ている？
・自然検索経由のLP別効果
・LP別の効果を把握
・TOPページ経由の行動フロー
・新規顧客／リピーター
・CVユーザーの流入分析
・フォーム離脱
・フォーム以降の遷移

③顧客ストーリーを策定⇒“顧客”を理解する

・ユーザーエクスプローラ

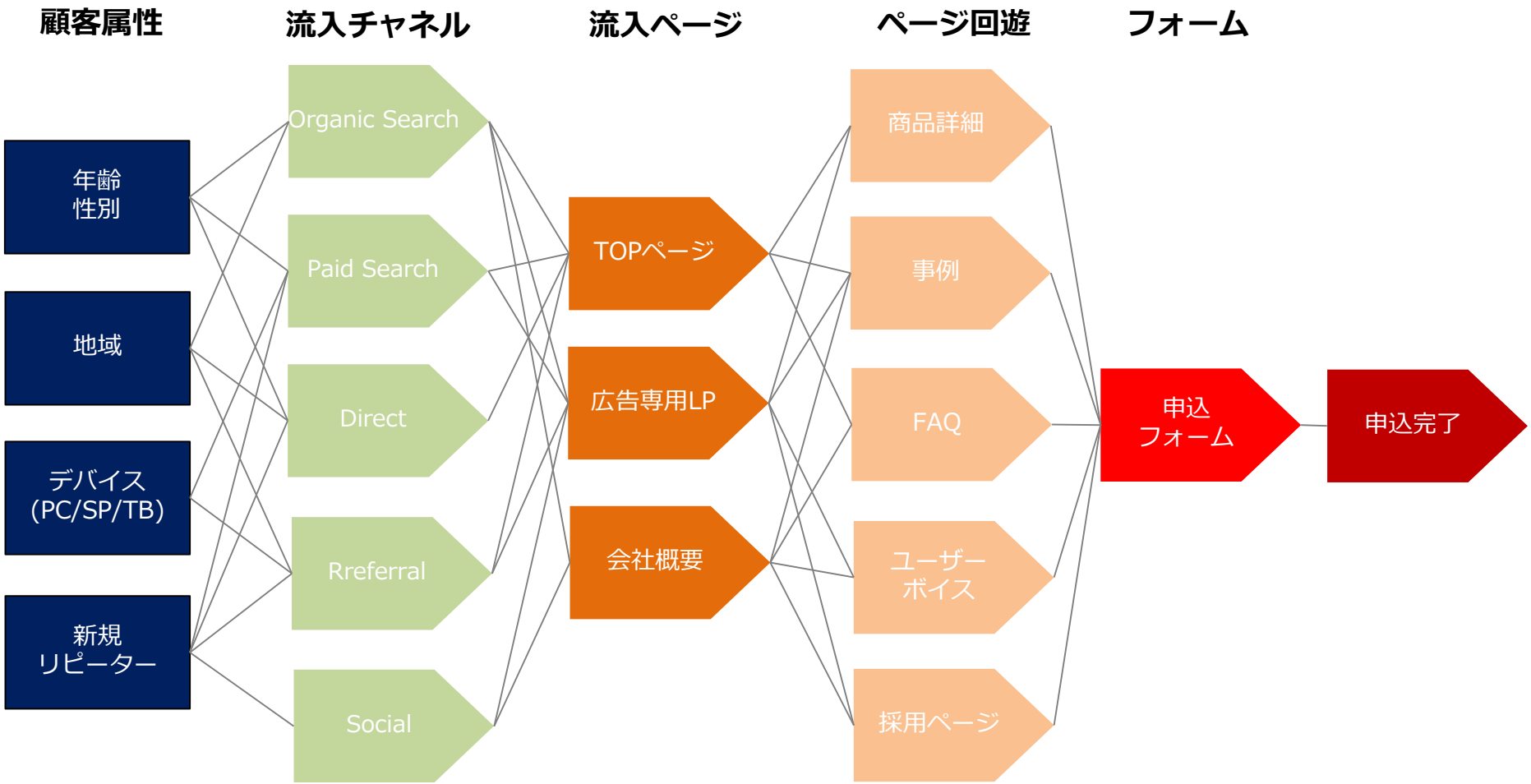
© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

①顧客接点の全体像⇒セグメント機能による深掘

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

顧客接点の全体像を掴む

顧客接点を紐解くためには、まずその全体像を掴む必要があり、その上で各項目を深堀ることで顧客ストーリーの策定やボトルネックの明確化を行う。



© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

参考：本セミナーで取り扱う事例について

【与件】

・商材：超高額／リードタイム長期(年)

・ターゲット：40代以上／高収入 etc

・KPI：資料請求／購入

・エリア：首都圏を中心とした全国

・ブランド認知度：高め

・競合：多数(特に新規参入が多い)

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

アクセス全体の把握

アクセス全体の数値感はその後の深掘りや分析のベースとなることから、常に把握に努め、アップデートしていることが重要。またサイトにおける異常の検知にも有効であり、リスク回避のメリットとなる。

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

参考：他社サイトとの比較(他ツール活用)

ADK

GoogleAnalytics以外のツール(例：SimilarWeb)を活用して、ベンチマークしている企業や競合他社と各種指標を比較することで見えてくる自社サイトの課題や問題点等を可視化。

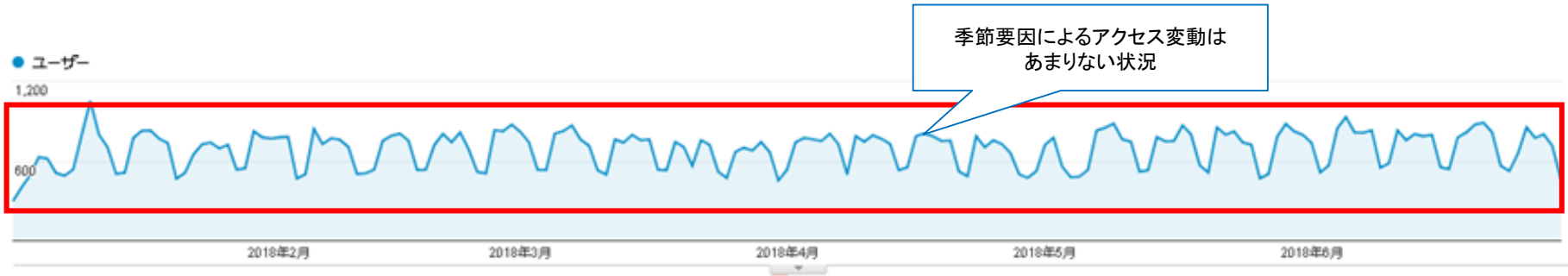
▼SimilarWebを活用し、2019年間の数値を取得した際の月間平均数値を取得

	セッション数	ユーザー数	セッション時間	平均PV	直帰率
自社	320,311	180,186	00:02:19	2.83	61.80%
競合A社	48,079	20,573	🏆 **00:03:47**	🏆 **5.57**	🏆 **38.32%**
競合B社	19,508	9,239	00:02:24	3.12	50.11%
ベンチマークA社	🏆 **573,816**	🏆 **411,683**	00:01:01	1.30	86.32%
ベンチマークB社	95,946	50,974	00:01:23	2.04	66.22%

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

セグメントを活用することで見えてくる傾向を把握

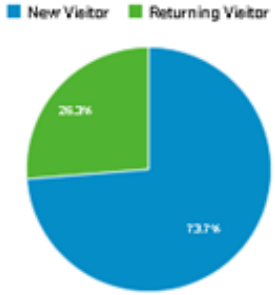
GoogleAnalyticsの基本機能であるセグメントを活用し、ある特定の顧客属性や行動等の条件付けを行うことで可視化される傾向を把握でき、一段階深い顧客接点を見出せる。



ユーザー	新規ユーザー	セッション	ユーザーあたりのセッション数	ページビュー数
90,084	75,269	144,257	1.60	591,323

ページ/セッション	平均セッション時間	直帰率
4.10	00:02:50	45.84%

あるページ×広告経由を除いた数値としては、
回遊できていると考えられる



© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

参考：セグメント機能

セグメントカテゴリ(例：ユーザー属性等)⇒セグメント詳細を設定することで任意のセグメントに基づくユーザーの抽出が可能となり、適宜ユーザーボリュームを確認しながら適切なセグメントを適用する。

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

②様々な切り口から顧客を知り、ボトルネックも把握

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

どのような環境でアクセスしている？

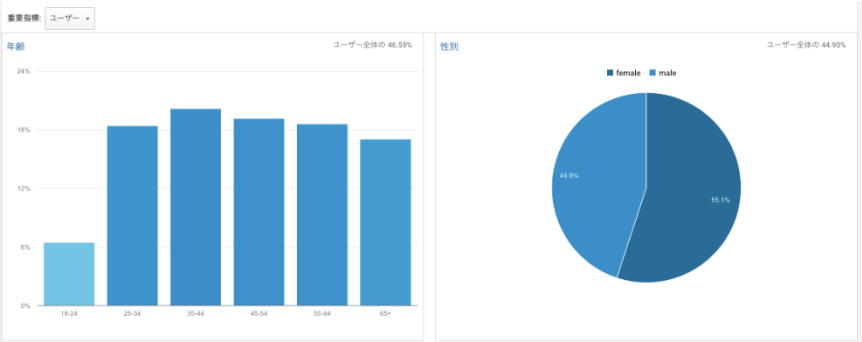
「モバイル経由のアクセス比率が最も多いが直帰率も高く、一方でCVRはPCが圧倒的に高い」というように、デバイスには顧客のアクセス環境による差異が数値で明確に表れ、それらの傾向を把握することは基本となる。

デバイス カテゴリ	集客			行動			コンバージョン	
	ユーザー	新規ユーザー	セッション	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間	(目標 2 のコンバージョン率)	
	321,224 全体に対する割合: 75.60% (424,881)	295,804 全体に対する割合: 73.41% (402,929)	525,294 全体に対する割合: 75.09% (699,528)	71.26% ビューの平均: 71.04% (0.32%)	2.35 ビューの平均: 2.35 (0.07%)	00:01:20 ビューの平均: 00:01:24 (-5.00%)	0.27% ビューの平均: 0.20% (32.80%)	1,422 全体に対する割合: 99.72% (1,426)
1. mobile	157,785(49.44%)	145,902(49.32%)	269,951(51.39%)	75.58%	1.92	00:00:58	0.18%	476(33.47%)
2. desktop	127,982(40.10%)	119,284(40.33%)	195,528(37.22%)	64.46%	2.99	00:01:50	0.39%	771(54.22%)
3. tablet	33,393(10.46%)	30,618(10.35%)	59,815(11.39%)	74.02%	2.21	00:01:16	0.29%	175(12.31%)

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

どんな顧客が訪問している？

「35～44歳の顧客層による訪問が多いものの、CVRは45～54歳、55～64歳の顧客層が高い」というように、顧客の年代別や性別といった属性ごとに異なる傾向や特性を把握する。



年齢	集客			行動			コンバージョン	
	ユーザー	新規ユーザー	セッション	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間	[redacted]	[redacted]
[redacted]	188,019 全体に対する割合: 44.25% (424,881)	167,365 全体に対する割合: 41.54% (402,929)	303,556 全体に対する割合: 43.39% (699,528)	70.74% ビューの平均: 71.04% (-0.42%)	2.40 ビューの平均: 2.35 (2.32%)	00:01:21 ビューの平均: 00:01:24 (-2.65%)	0.29% ビューの平均: 0.20% (43.66%)	889 全体に対する割合: 62.34% (1,426)
1. 35-44	39,914(20.16%)	33,714(20.14%)	59,228(19.51%)	70.91%	2.41	00:01:17	0.25%	146(16.42%)
2. 45-54	37,970(19.18%)	32,428(19.38%)	57,292(18.87%)	71.65%	2.32	00:01:11	0.34%	196(22.05%)
3. 55-64	36,836(18.61%)	30,729(18.36%)	56,971(18.77%)	72.60%	2.30	00:01:15	0.34%	193(21.71%)
4. 25-34	36,549(18.46%)	30,650(18.31%)	56,672(18.67%)	65.65%	2.72	00:01:41	0.17%	97(10.91%)
5. 65+	33,778(17.06%)	28,940(17.29%)	54,959(18.11%)	73.06%	2.26	00:01:23	0.38%	211(23.73%)
6. 18-24	12,912 (6.52%)	10,904 (6.52%)	18,434 (6.07%)	70.39%	2.40	00:01:24	0.25%	46 (5.17%)

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

顧客はどこから来ている？

「リスティング広告やディスプレイ広告経由での流入が全体の70%以上を占めている一方で、自然検索経由の流入によるCVRが低いことからSEO施策を見直す必要がある」というように、顧客接点として重要な流入チャネルごとの実績を検証し、データドリブンに施策を実施。

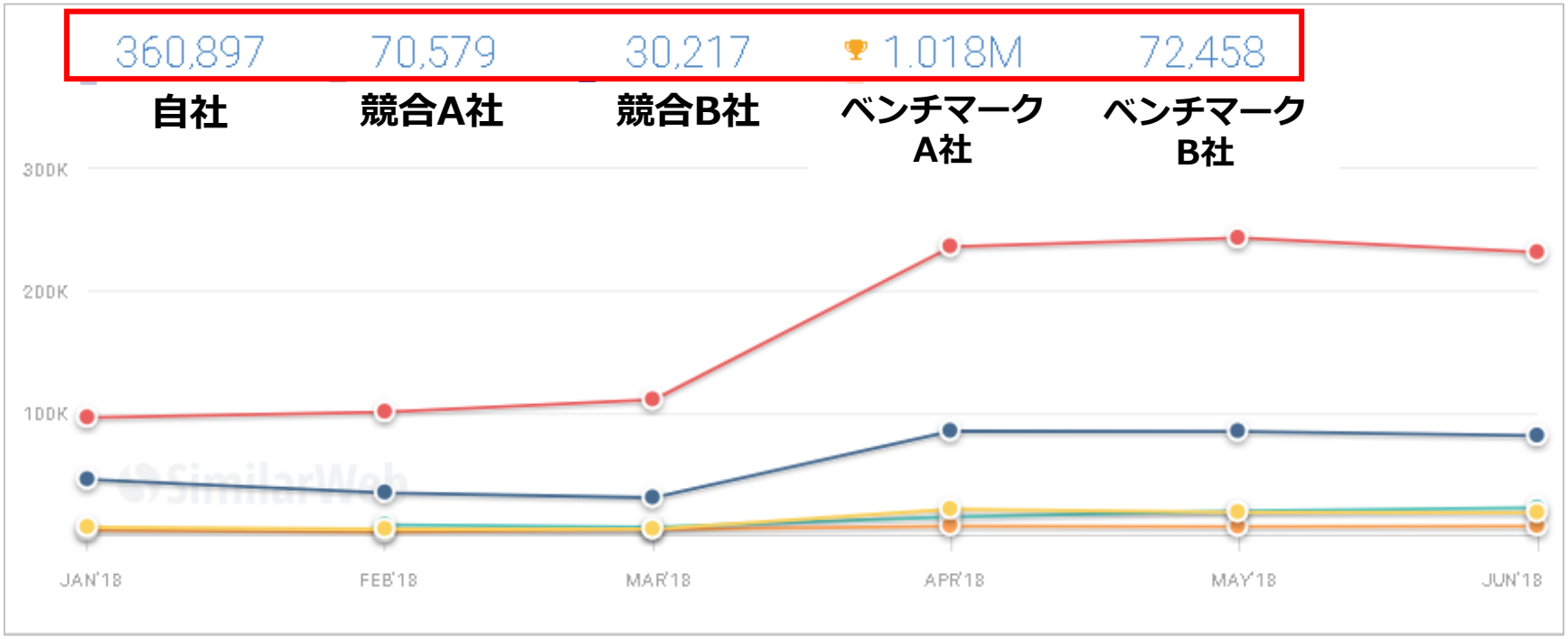
Default Channel Grouping	集客			行動			コンバージョン	
	ユーザー	新規ユーザー	セッション	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間	(目標 2 のコンバージョン率)	
	321,224 全体に対する割合: 75.60% (424,881)	295,805 全体に対する割合: 73.41% (402,929)	525,294 全体に対する割合: 75.09% (699,528)	71.26% ビューの平均: 71.04% (0.32%)	2.35 ビューの平均: 2.35 (0.07%)	00:01:20 ビューの平均: 00:01:24 (-5.00%)	0.27% ビューの平均: 0.20% (32.80%)	1,422 全体に対する割合: 99.72% (1,426)
1. Paid Search	184,938(52.72%)	158,146(53.46%)	271,798(51.74%)	78.63%	1.81	00:00:52	0.35%	957(67.30%)
2. Display	72,729(20.73%)	62,389(21.09%)	109,239(20.80%)	86.51%	1.39	00:00:29	0.13%	139 (9.77%)
3. Organic Search	68,480(19.52%)	54,352(18.37%)	105,261(20.04%)	44.75%	4.01	00:02:47	0.26%	276(19.41%)
4. Direct	16,206 (4.62%)	15,831 (5.35%)	21,731 (4.14%)	62.24%	2.73	00:01:55	0.06%	14 (0.98%)
5. Referral	8,420 (2.40%)	5,045 (1.71%)	17,195 (3.27%)	31.72%	6.39	00:04:15	0.21%	36 (2.53%)
6. Social	45 (0.01%)	41 (0.01%)	60 (0.01%)	71.67%	2.00	00:00:50	0.00%	0 (0.00%)
7. (Other)	6 (0.00%)	1 (0.00%)	10 (0.00%)	60.00%	2.00	00:01:47	0.00%	0 (0.00%)

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

参考：顧客はどこから来ている？(他社サイトとの比較)

GoogleAnalytics以外のツール(例：SimilarWeb)を活用して、ベンチマークしている企業や競合他社と流入チャネルによる差異を比較することで見えてくる自社サイトの課題や問題点等を可視化。

▼SimilarWebを活用し、2019年間の数値を取得した際の自然検索経由の流入を比較



© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

自然検索経由のLP別効果

自然検索経由はTOPページ流入が非常に多くCVにもつながっているが、件数の拡大に向けては実検索KW(クエリ)を明確にし、ターゲットKWを見直した上でSEO施策を講じる必要あり。

	ランディング ページ	ユーザー	新規ユーザー	セッション	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間	資料請求		購入	
								CVR	CV	CVR	CV
1	**TOPページ**	88	49	90	0.00%	19.50	1140.03	94.44%	85	4.44%	4
2		24	13	25	0.00%	5.64	522.08	100.00%	25	0.00%	0
3		13	8	13	0.00%	12.38	889.00	75.00%	13	0.00%	0
4		8	3	8	0.00%	11.50	775.25	75.00%	6	37.50%	3
5		7	3	7	0.00%	12.43	1086.14	100.00%	7	0.00%	0
6		6	3	6	0.00%	11.00	789.50	66.67%	4	16.67%	1
7		6	3	6	0.00%	20.50	1380.17	100.00%	6	0.00%	0
8		6	1	6	0.00%	16.83	1874.00	100.00%	6	0.00%	0
9		4	1	4	0.00%	17.25	1187.25	75.00%	3	25.00%	1
10		4	0	4	0.00%	12.25	965.50	100.00%	4	0.00%	0

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

参考：自然検索経由の検索KW(クエリ)

GoogleAnalyticsをGoogleSearchConsoleと連携することで、自然検索経由の検索KW(クエリ)を抽出することが可能になる。

▼GoogleSearchConsoleから抽出した検索KW(クエリ)

	検索クエリ	クリック数	表示回数	CTR	掲載順位
1	ブランドKW1	3357	13505	24.86%	1.04
2	ブランドKW2	1648	172906	0.95%	5.78
3		963	1682	57.25%	1
4		827	69133	1.20%	7.23
5		514	9190	5.59%	2.57
6		446	1973	22.61%	1.01
7		429	1900	22.58%	1.01
8		425	1294	32.84%	1
9		419	86208	0.49%	8.98
10		357	1315	27.15%	1.72
11		310	1415	21.91%	1.01
12		309	5404	5.72%	4.33
13		293	1484	19.74%	1.65
14		274	1298	21.11%	1.52
15		255	1032	24.71%	1
16		248	1399	17.73%	1.44
17		243	1382	17.58%	1
18		242	1536	15.76%	1.53
19		241	922	26.14%	1
20		239	1020	23.43%	1.13
21		238	1382	17.22%	1.31
22		231	1135	20.35%	1.01
23		230	1054	21.82%	1
24		228	1697	13.44%	1.35
25		223	2746	8.12%	1
26		220	840	26.19%	1.09
27		216	4499	4.80%	1.67
28		215	980	21.94%	1
29		212	1111	19.08%	1.01
30		211	915	23.06%	1
31		204	1642	12.42%	3.25
32		204	1163	17.54%	1
33		202	1200	16.83%	1
34		201	1084	18.54%	1.11
35		200	1564	12.79%	1.28
36		200	1414	14.14%	1.46
37		199	1144	17.40%	1.09
38		198	1208	16.39%	1
39		196	1242	15.78%	1.01
40		194	1080	17.96%	1.42
41		193	1237	15.60%	1.43
42		191	1382	13.82%	1
43		188	1131	16.62%	1.48
44		187	259	72.20%	1
45		186	1187	15.67%	1.12
46		184	1020	18.04%	1.46
47		184	353	52.12%	1
48		182	1153	15.78%	1.01
49		181	1008	17.96%	1
50		180	1064	16.92%	1.45
51		179	610	29.34%	2.43
52		173	1071	16.15%	1.49
53		172	11552	1.49%	6.24
54		170	5682	2.99%	5.47
55		170	1467	11.59%	1
56		169	1381	12.24%	1.01
57		169	1293	13.07%	1.01
58		168	3107	5.41%	3.46
59		168	1168	14.38%	1.4
60		167	382	43.72%	1.04

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

LP別の効果を把握

「上位1～2のLPは広告専用のものであり、セッションが多くや新規セッション率が高い一方で直帰率も高めとなっているが、CVは圧倒的に多く効果は良好であることから顧客接点の重要受け皿としてPDCAに基づく継続的な改善を図る」というように、LP別の効果を把握することで顧客接点の受け皿としての貢献度を可視化。

	ランディング ページ	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	資料請求		購入	
								CVR	CV	CVR	CV
1	**広告専用LP1**	128867	70.30%	90592	87.54%	1.24	31.25	0.42%	547	0.01%	7
2	**広告専用LP2**	126136	62.19%	78447	89.61%	1.17	20.16	0.21%	270	0.01%	11
3		54158	36.60%	19821	47.67%	4.69	160.74	0.23%	122	0.03%	17
4		16552	54.47%	9016	54.04%	3.94	126.59	0.28%	46	0.02%	4
5		14108	36.44%	5141	81.32%	1.67	53.55	0.19%	27	0.01%	1
6		7078	88.12%	6237	76.25%	1.93	55.41	0.00%	0	0.00%	0
7		6932	55.97%	3880	59.81%	3.01	97.72	0.12%	8	0.00%	0
8		6406	36.65%	2348	50.33%	3.20	157.07	0.28%	18	0.05%	3
9		5786	67.35%	3897	58.87%	3.38	114.86	0.31%	18	0.05%	3
10		5637	48.41%	2729	54.34%	4.25	168.33	0.39%	22	0.02%	1

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

参考：加重ソートの活用

直帰率やCVR等の指標についてセッション数等で重みづけを行うことでノイズを除外した意味のあるデータでソート⇒改善の優先度がより明確になる。

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: 加重

デフォルト
変化量
加重

ランディング ページ	集客 セッション		ユーザー	行動 直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間
	699,528 全体に対する割合: 100.00% (699,528)	57.53% ビューの平均: 57.50% (0.05%)	402,464 全体に対する割合: 100.05% (402,255)	71.02% ビューの平均: 71.02% (0.00%)	2.34 ビューの平均: 2.34 (0.00%)	00:01:23 ビューの平均: 00:01:23 (0.00%)
1.	126,249 (18.05%)	62.01%	78,291 (19.45%)	**89.42%**	1.18	00:00:21
2.	128,844 (18.42%)	70.09%	90,304 (22.44%)	**87.40%**	1.25	00:00:32
3.	25,050 (3.58%)	67.07%	16,802 (4.17%)	**88.36%**	1.30	00:00:39
4.	18,129 (2.59%)	48.33%	8,761 (2.18%)	**91.05%**	1.19	00:00:25
5.	27,720 (3.96%)	70.03%	19,411 (4.82%)	**78.58%**	1.44	00:01:05
6.	13,905 (1.99%)	36.58%	5,086 (1.26%)	**80.47%**	1.73	00:00:55
7.	5,352 (0.77%)	83.73%	4,481 (1.11%)	**84.70%**	1.57	00:00:46
8.	4,459 (0.64%)	86.77%	3,869 (0.96%)	**81.90%**	1.57	00:00:40
9.	1,930 (0.28%)	89.59%	1,729 (0.43%)	**93.11%**	1.17	00:00:21
10.	2,455 (0.35%)	75.32%	1,849 (0.46%)	**88.11%**	1.24	00:00:43

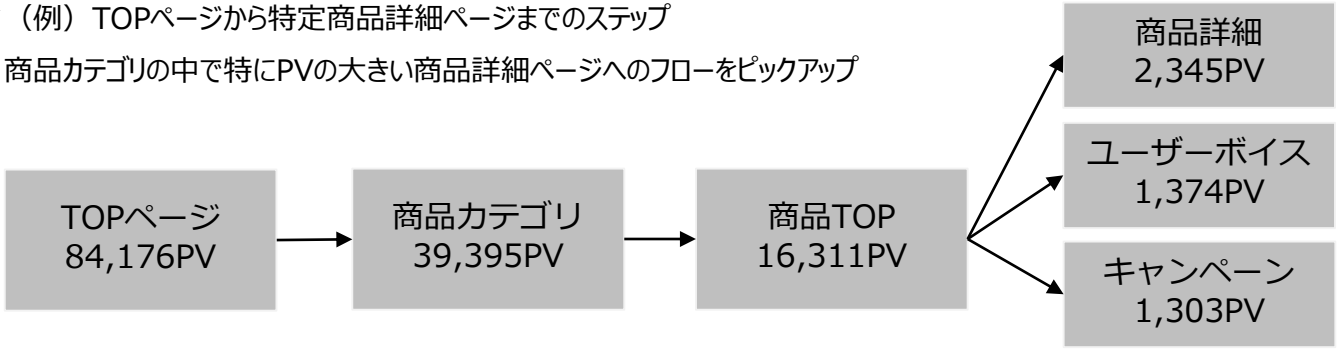
© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

TOPページ経由の行動フロー

ある特定ページの目立った変化や動向をTOPページからのフローで分析することで離脱ポイントや顧客導線上の問題点等を可視化し、最適なサイト設計を策定することが可能になる。

▽（例）TOPページから特定商品詳細ページまでのステップ

※商品カテゴリの中で特にPVの大きい商品詳細ページへのフローをピックアップ



© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

新規顧客／リピーター

「CVに至るリピーターはページ／セッション数が新規ユーザーよりも多く、かつ平均セッション時間も長くなっており、何よりもリピーターによる購入のCVR、CVが圧倒的に多いことからリピーターに重きを置いた施策展開を行うことでLTV最大化が狙える」というように、新規／リピーターによる傾向の差異は重要な要素となる。

①CVに至った新規顧客

顧客タイプ	デバイスカテゴリ	ユーザー	新規ユーザー	セッション	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間	資料請求		購入	
								CVR	CV	CVR	CV
New Visitor	desktop	483	483	483	0.00%	8.16	729.56	97.10%	469	3.52%	17
New Visitor	mobile	323	323	323	0.00%	7.11	541.82	91.95%	297	8.36%	27
New Visitor	tablet	99	99	99	0.00%	10.44	966.10	98.99%	98	1.01%	1

②CVに至ったリピーター

顧客タイプ	デバイスカテゴリ	ユーザー	新規ユーザー	セッション	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間	資料請求		購入	
								CVR	CV	CVR	CV
Returning Visitor	desktop	316	0	337	0.89%	11.39	840.97	89.61%	302	10.68%	36
Returning Visitor	mobile	192	0	203	0.00%	8.91	622.86	88.18%	179	12.32%	25
Returning Visitor	tablet	76	0	81	0.00%	12.32	901.73	95.06%	77	4.94%	4

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

CVユーザーの流入分析

CVに至ったユーザーは「リスティング広告」を経由しているケースが多く、リスティング広告から広告専用LPに到達したユーザーの興味を喚起できていることでリピーターとして再来訪し、高い購入率につながっていると見られる。

CVに至ったユーザーの流入経路パターン（CV全体の30%が対象）

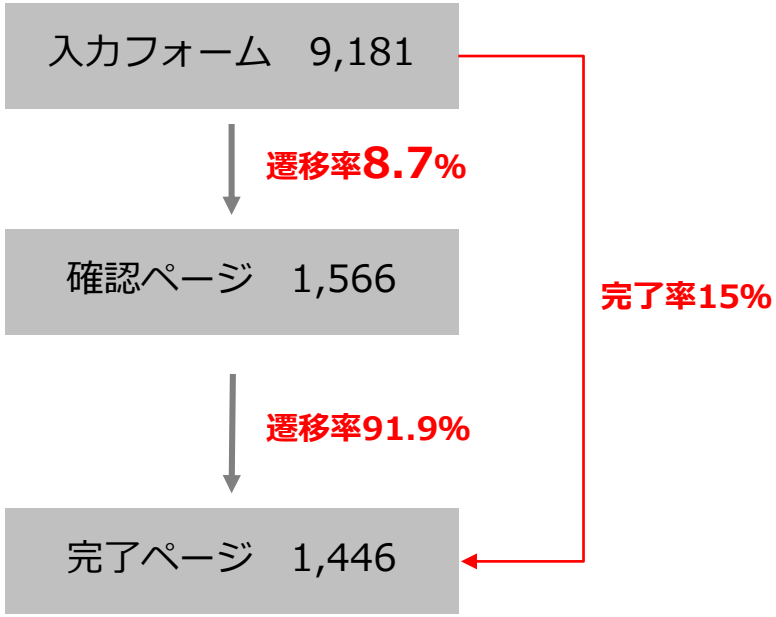
デフォルトチャネルグループのパス	コンバージョン数
1. Paid Search × 2	106 (17.35%)
2. Paid Search → Direct	60 (9.82%)
3. Paid Search → Organic Search	38 (6.22%)
4. Organic Search → Direct	28 (4.58%)
5. Paid Search × 2 → Organic Search	13 (2.13%)
6. Organic Search → Paid Search	13 (2.13%)
7. Paid Search × 3	12 (1.96%)
8. Organic Search → Direct × 2	12 (1.96%)
9. Paid Search → Direct × 2	11 (1.80%)
10. Paid Search → Organic Search → Direct	10 (1.64%)

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

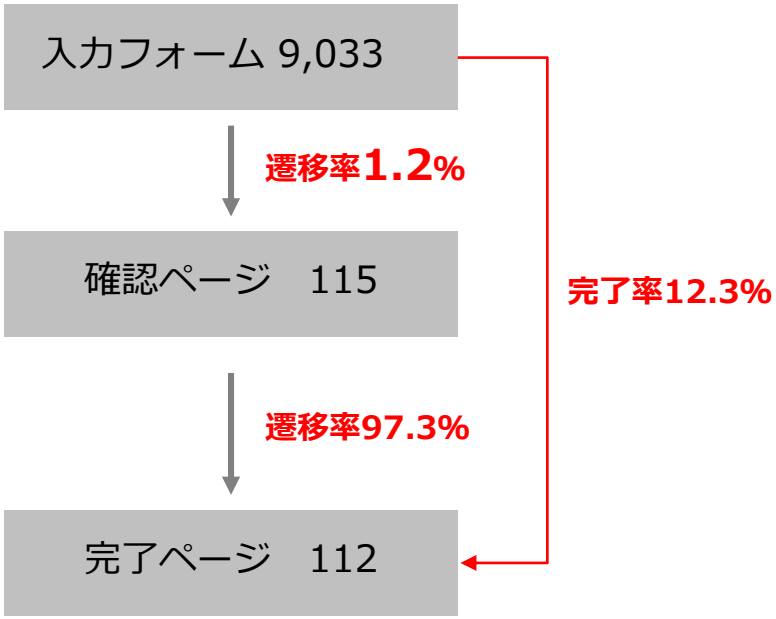
フォーム離脱

「商品Bの入力フォーム到達からの完了率が低く、特に確認ページへの遷移率が著しく低いことから、入力フォーム上に明確なボトルネックが存在している可能性が高い」というように、顧客接点をアクションまで引き上げるためのアプローチを明確にする。

①商品A



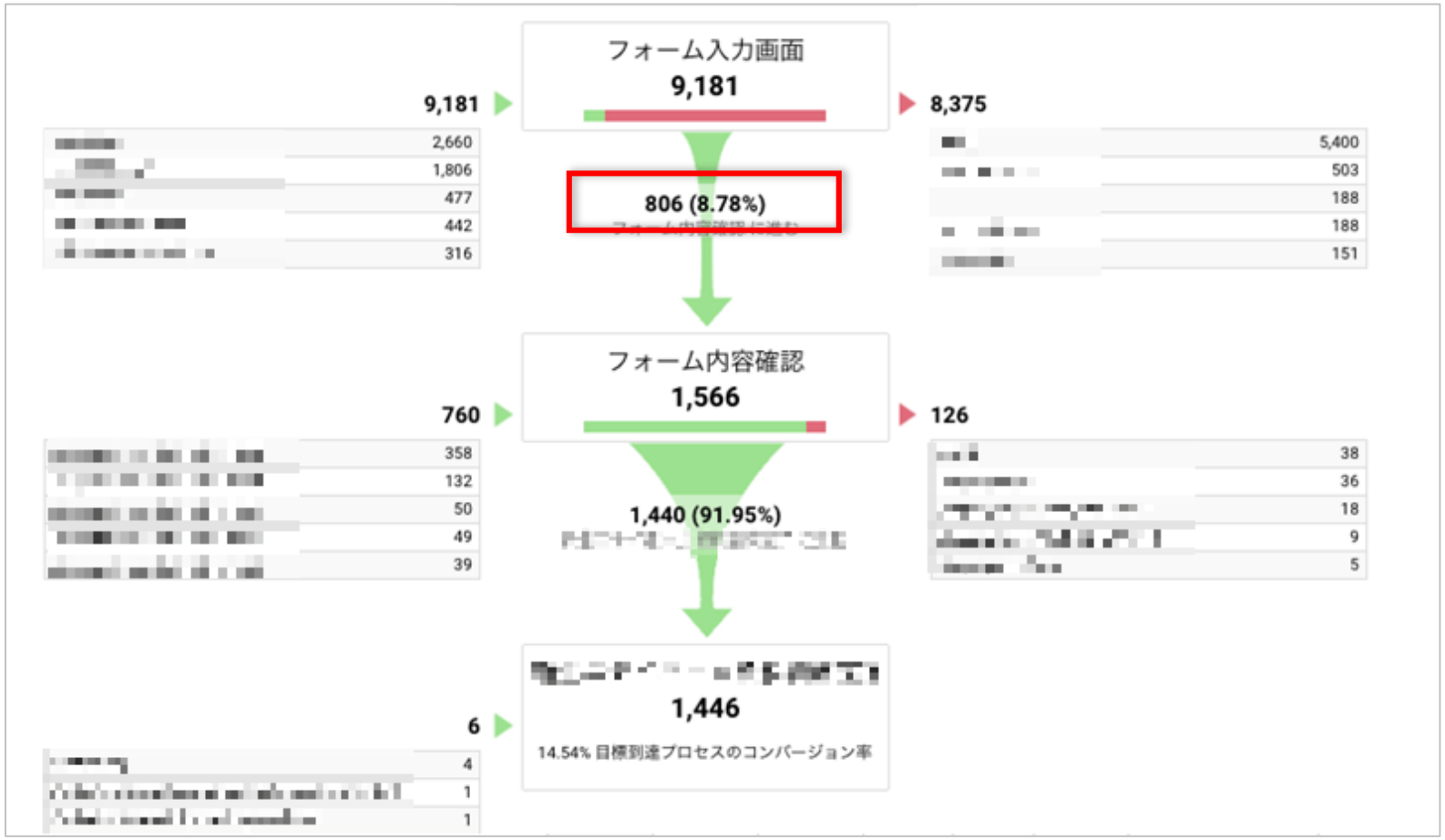
②商品B



© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

フォーム以降の遷移

「フォームから内容確認への遷移率は比較的高めではあるものの、顧客接点となる流入チャネルやLP等を見直すことでさらに遷移率を高めることが可能」というように、改善のポイントを絞り込み広告配信のターゲティング見直しやLPOといった施策の実施を検討。



© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

③顧客ストーリーを策定⇒“顧客”を理解する

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

顧客ストーリーの策定⇒“顧客”を理解する

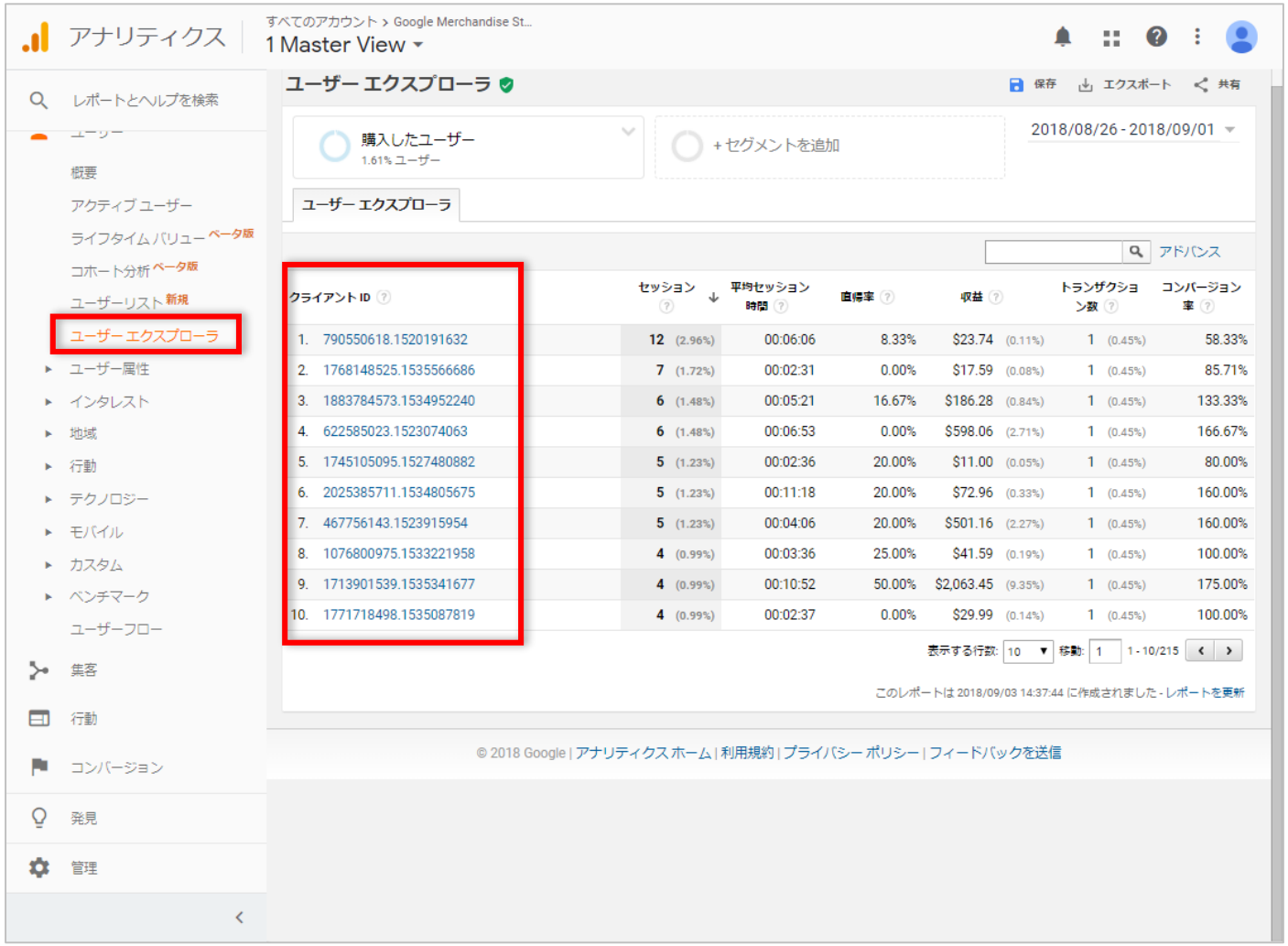
顧客ストーリーを策定すること自体は目的ではなく、“顧客”を理解する具体的な手段の一つとして、CXやDDMを見直すアプローチとなる。

ストーリー	インサイト	行動	ページ
商品を認知	こんな商品があるんだ、見てみよう	広告をクリックしてTOPページにアクセス	サイト外（広告等）
興味を持つ	この商品良さそう。とりあえず気になる商品ラインナップをみてみよう	このサイトでは何ができるのかを理解し、サイト内を回遊	TOPページ(or 広告LP)
もっと知りたい	もっとこの商品のことが知りたい	商品詳細ページを閲覧し、資料請求	商品詳細ページ→資料請求
行動（サイトを使いこなす）	他の商品も詳しく見てみよう	資料請求後、別の商品詳細ページを閲覧。さらにページをブックマーク	他の商品詳細ページ
再来訪	あっ！新商品が出ているから見てみたい	DMで通知が届き、再度サイトを訪問	サイト外(DM等）⇒購入

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

ユーザーエクスプローラ

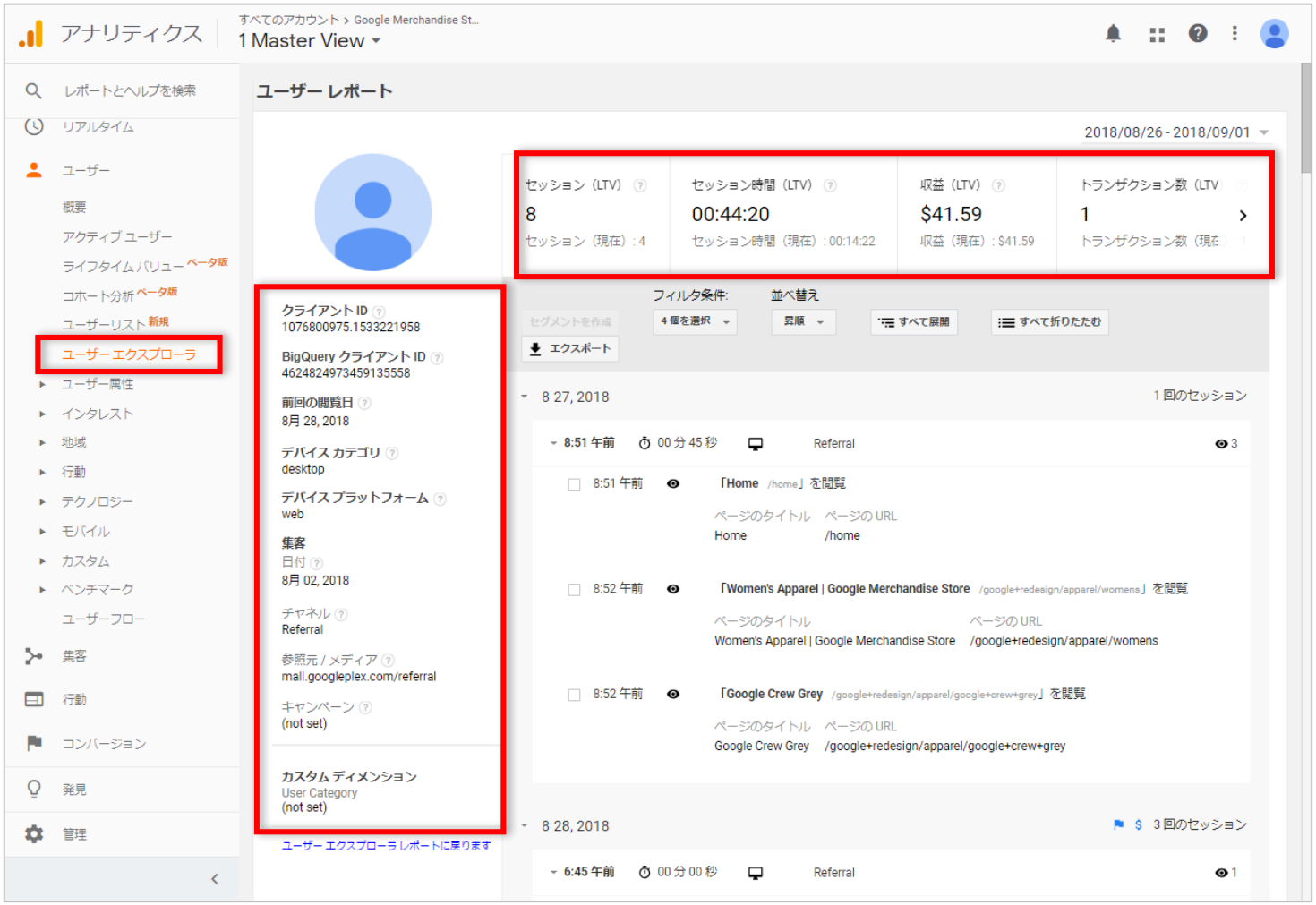
個々のユーザーによる全ての行動を確認できるため、顧客行動を追体験することで新たなインサイトの発見に活用可能。



© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

ユーザーエクスプローラ

日単位⇒セッション単位⇒ページ単位で行動を確認でき、CVまでのプロセスに問題が無いか等、顧客行動を追体験。



© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

Summary

①顧客接点の全体像⇒セグメント機能による深掘

・まずは顧客接点の全体像を掴み、アクセス全体の数値感を把握しつつ、セグメント機能によって一段階深い顧客接点を見出す。

②様々な切り口から顧客を知り、ボトルネックも把握

・ユーザー属性やデバイス、流入チャネルや新規／リピーター、フォーム遷移等をGoogleAnalyticsの基本機能によって分析。

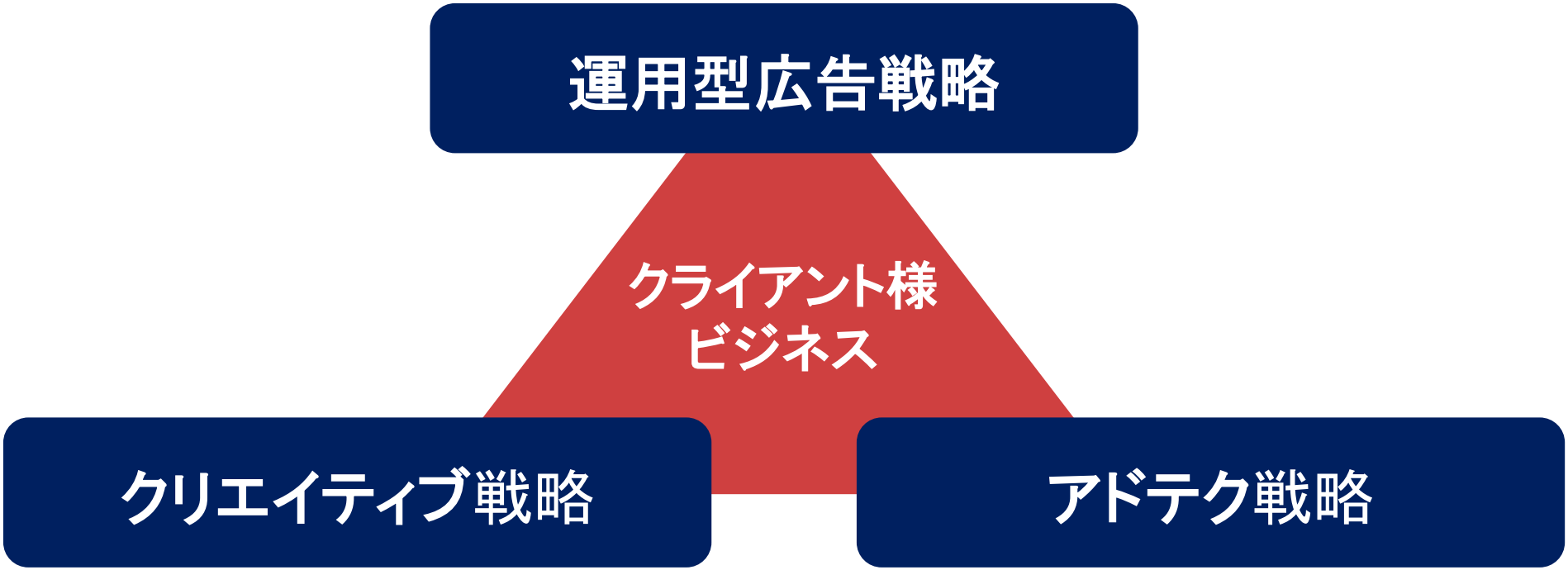
③顧客ストーリーの策定⇒“顧客”を理解する

・具体的なインサイトやそれに基づく行動をストーリーとして策定し、さらに顧客行動を追体験することで“顧客”を理解⇒CXやDDMを見直す。

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

クライアント様ビジネスを最大限サポート

デジタルビジネスアカウントコンサルティンググループでは「運用型広告戦略」をベースに、クライアント様ビジネスを最大限サポートさせて頂くミッションのもと取り組みを推進して参ります。



© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

ご清聴ありがとうございました

© 2020 ADK Marketing Solutions Inc.. ALL RIGHTS RESERVED.

ADKK