

「悩めるWebデザイナーさん必見！ その価格と労力に説得力を！ ウェブ解析でお客さんも納得」

一般社団法人ウェブ解析士協会
Web Analytics Consultants Association

1

Web Destination All Right Reserved 2013

自己紹介

金村 繁伸

・Web Destination 代表
ウェブ解析士マスター

Google AdWords

This certificate of qualification is hereby granted to:
繁伸 金村

For passing the Google Advertising Fundamentals Exam and Search Advertising Advanced Exam

Google Analytics

This qualification is hereby granted to:
Shigenobu Kanemura

For passing the Google Analytics Individual Qualification (IQ)



・育ち: 大阪
・年齢: 34歳
・好きな言葉: 「堅忍不拔」

・資格:
行政書士、
社会保険労務士
Yahoo!リスティング広告
プロフェッショナル
Google Adwords
検索連動型広告上級認定
2013年1月よりDream Gate
にてアドバイザー開始

税務法務総合事務所に勤務

ベンチャー支援コンサルタントとして法人設立を担当

その後、独立: ネットショップを始める

読売新聞、日経トレンドネットなどに取り上げられる

Web解析士マスター取得

寺社、神社、EC、士業コンサルティング
およびWeb解析士講座講師として活動中

～理念～

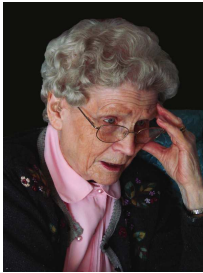
Webマーケティング × 事業構築で100年繁栄する会社へ

2

Web Destination
Web Destination All Right Reserved 2013

ある知人との会話

にいちゃん、HPタダで作ってよ。
忙しいから、全部お任せで頼むわ。



Web制作をなめてる。
Web制作に価値を見出していない。
Web制作は誰でもできている。

自分でやってみろ！と言いたい。

3

Web Destination All Right Reserved 2013

ある知人との会話

しかし、一般人がこう思うようになった責任は、
元をたどれば、Web制作者側にある。



Webサイト制作&納品後

⇒ 一定期間成果が出る
⇒ **やがてダウン**

最悪の場合・・・

⇒ **当初から成果につながらない**

4

Web Destination All Right Reserved 2013

ある知人との会話

発注者(社長など)の意識はこうなる



「やっぱり Webなんて



当てにならない。」



Webをやっている人は、
Webのことしか知らない。

5

Web Destination All Right Reserved 2013

なぜWEBは軽んじられる？

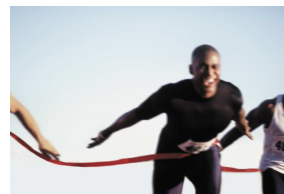
制作者は納品して終了

VS

発注者(社長等)は納品後からスタート

求めているのは成果

サイトは成果が出ないと意味がない。



6

Web Destination All Right Reserved 2013

なぜWEBは軽んじられる？

ではどうする？

- ユーザーの事業
&ビジネスモデル分析から始める
- ユーザーの行動から声なき声を拾い、
お客様目線で考え、サイトを改造する。



**戦略的思考 &
継続的なPDCA**

が必要



7

Web Destination All Right Reserved 2013

なぜWEBは軽んじられる？

お客様目線に迷ったら、“タライ”の水を思い出す

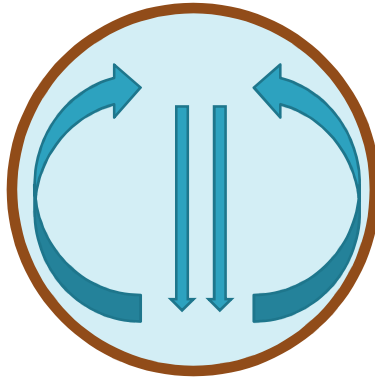


8

Web Destination All Right Reserved 2013

なぜWEBは軽んじられる？

水の入った“タライ”を真上から見た図



水を自分のところに引き寄せようとする、縁に沿って水が向こうへ逃げてしまう。

自分

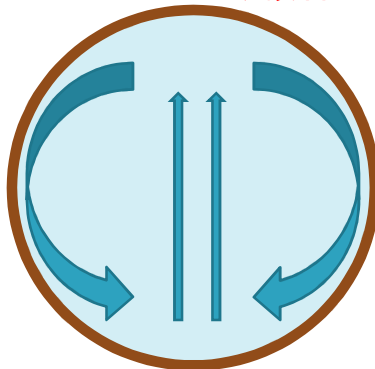
Web Destination All Right Reserved 2013

9

なぜWEBは軽んじられる？

水の入った“タライ”を真上から見た図

ユーザー、顧客



水に向こうへ押してやると、縁に沿って、自分のところに返ってくる

↓

ユーザーのためになるサイト作りが、やがては自分の利益に返ってくる。

自分

Web Destination All Right Reserved 2013

10

なぜWEBは軽んじられる？

では、ユーザーのためになるサイトを作るにはどうすれば？？

クライアントの市場環境はどんな状況？
ビジネスモデルは？
ターゲットはだれ？
⇒ **現状分析からビジネスモデルの把握**

← とくにこの2つ



今後、どこに資源を注力するの？
その中でWebサイトの役割・位置付けは？
⇒ **戦略策定**

Webサイトの分析においては、
来訪キーワードは何か？
LPの問題点はどこか？
意図した導線と実際の動きとの違いは？
⇒ **ウェブ分析力**

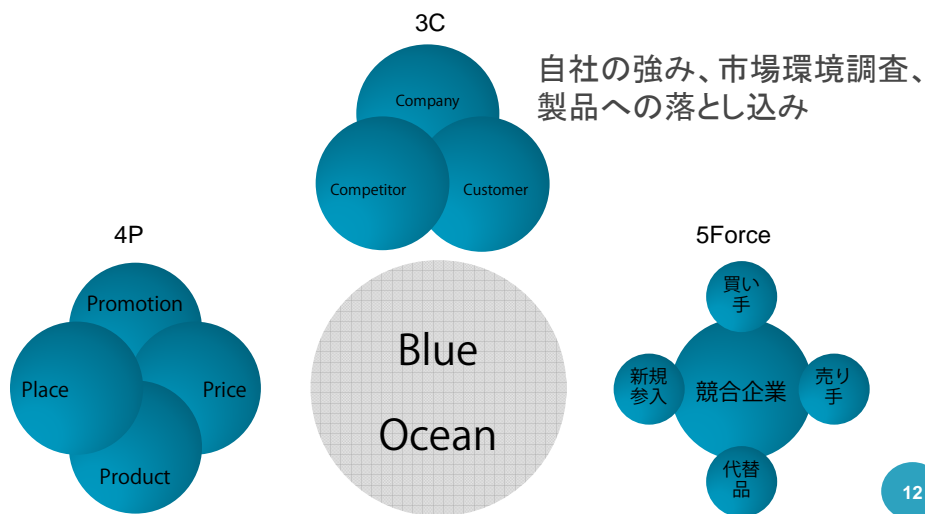
上級の内容

(**現状分析力+戦略策定力+ウェブ分析力**)

11

Web Destination All Right Reserved 2013

現状分析のためのフレームワーク



12

Web Destination All Right Reserved 2013

次に戦略

そもそも戦略とは？

フォーカス & ディープ

=何かを捨てることで、
何かに集中投資すること

13

なぜ戦略が必要か？ -1/2

例) brother工業の場合

- ⇒ 1908年: 安井ミシン商会創業
- 1947年: 家庭用ミシン輸出開始
- 1971年: ドットプリンター開発
- 1987年: レーザープリンター、ファックス開発
- 2007年: 動画配信サービス Einy開始

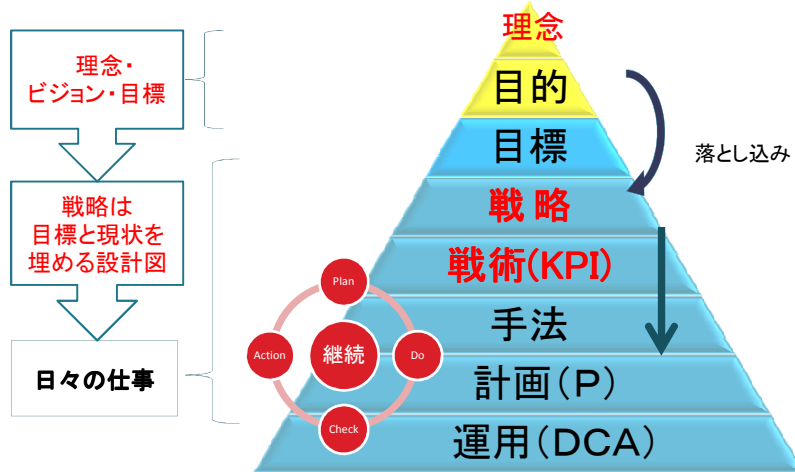
ドットを打つというコアコンピタンスを活かし、高収益の時に、
次の手を打ち、市場を作っていく良い例

※しかし、その陰には失敗も多数。
扇風機、洗濯機などの家電事業撤退
オートバイ事業撤退

14

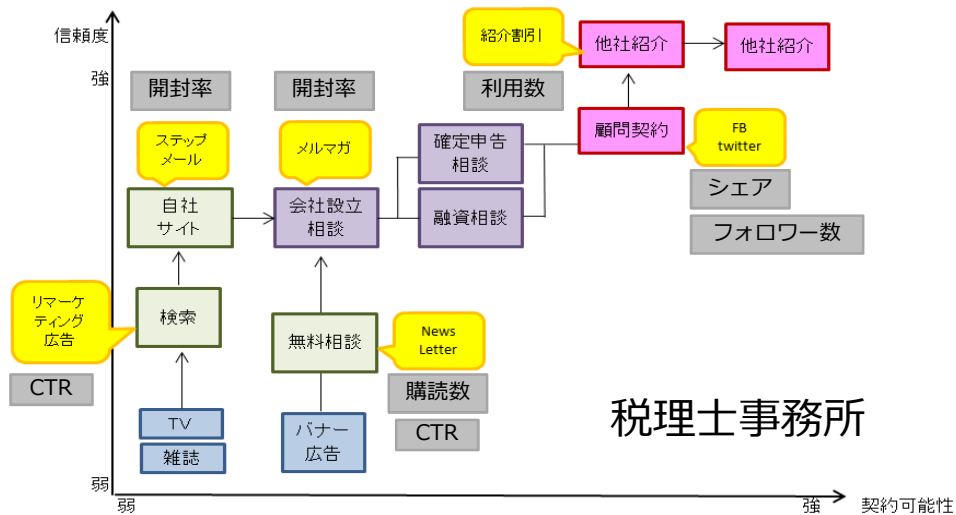
なぜ戦略が必要か？ -2/2

戦略がないと、日々の行動がブレる。
 ⇒戦略を固めるには、自社の存在意義、理念が不可欠



戦術：コンセプトダイヤグラム＋KPI抽出

※ユーザーさんがコンバージョンに至るまでの気持ちの変遷



では、そのようなことをするにはどんな知識が必要？

- CPAってなに？
- ROIってなに？
- ウェブビーコンってなに？

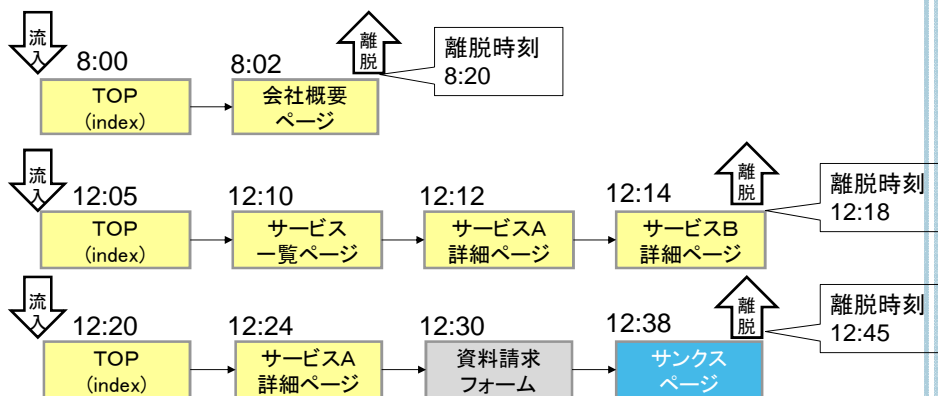
それでは話にならない。
※基本的な用語をしっかり覚え、ツールの選定と特長、計算方法などを身につける。



⇒初級の内容

初級ウェブ解析士問題例1:ツールの限界を知る

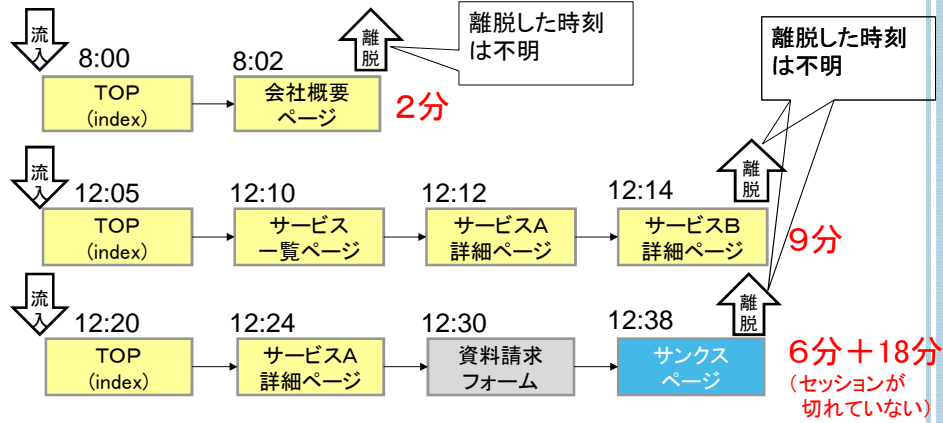
同一ユーザが以下のようにサイトを閲覧した。ウェブビーコン型解析ツールが入っている。「離脱」は検索エンジンへ戻っている。セッションが切れるのはブラウザを落とした場合と最後のアクセスから30分経過した場合のみとする。セッションが切れていなければ滞在時間は継続すると定義する(P103)。



次の値を答えなさい セッション数 () 訪問回数 () 回 ページビュー数 () 滞在時間 () 分

初級ウェブ解析士問題例1 解答

同一ユーザが以下のようにサイトを閲覧した。ウェブビーコン型解析ツールが入っている。
 「離脱」は検索エンジンへ戻っている。セッションが切れるのはブラウザを落とした場合と最後のアクセスから30分経過した場合のみとする。セッションが切れていなければ滞在時間は継続すると定義する。



次の値を答えなさい

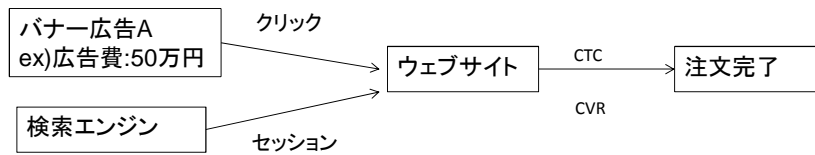
セッション数 (2) 訪問回数 (2) 回
 ページビュー数 (10) 滞在時間 (35) 分
 ※流入時間を見て計算

19

Web Destination All Right Reserved 2013

計算式

広告の表示回数=インプレッション数



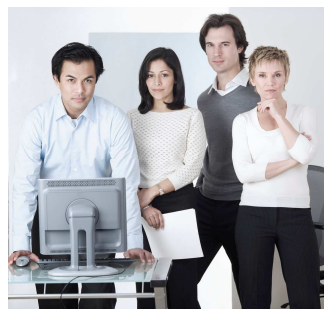
- $CTR = \text{クリック数} \div \text{インプレッション数} \times 100$
 ※広告が表示された回数のうちクリックされた割合
- $CTC (=CVR) = \text{コンバージョン数} \div \text{クリック数} (= \text{セッション数}) \times 100$
 ※クリックされた回数のうちコンバージョンされた割合
- $CPC = \text{広告費} \div \text{クリック数}$
 ※1クリックにかかった費用
- $CPA = \text{広告費} \div \text{コンバージョン数}$
 ※1件のコンバージョン(売上、問い合わせなど)をとるのににかかった費用
- $ROAS = \text{売上} \div \text{広告費用} \times 100$
- $ROI = (\text{利益} - \text{広告費}) \div \text{広告費} \times 100$

20

Web Destination All Right Reserved 2013

まとめ:WEBマーケターへ

上級までの知識をしっかりと腹に落とし込めば、
さまざまなスキルが活きてくる。



今後、外せないのは、

PPC広告運用スキルとGoogle Analyticsのスキル。



上級までの知識を活用し、PPC広告を運用できるようになると、

●ユーザーの意図、●事業の強み、

●ビジネスモデルを考えた効果的な広告の出し方
が分かるようになる。



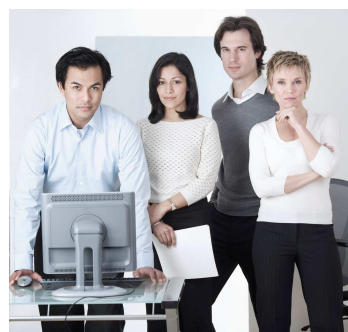
クライアントに改善を提案できる。

21

Web Destination All Right Reserved 2013

まとめ:WEBマーケターへ

さらに、ここでLPや**サイト制作のスキル**があれば、事業のビジネスモデルを
サイト作成にまで落とし込むという
一気通貫のコンサルティングも可能。



圧倒的な強みとなる。

これこそ、Webデザイナーとしての強みを活かし、
お客様目線に立った施策を打てる理想の位置

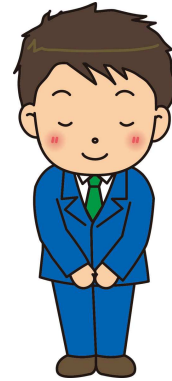
22

Web Destination All Right Reserved 2013

ご清聴頂き、 ありがとうございました

■参考資料

- ・ゴンウェブコンサルティング
(<http://www.gonweb.co.jp/>)
- ・競争戦略論 (ダイヤモンド社 マイケルポーター著)
- ・初級ウェブ解析士認定講座公式テキスト(WACA出版)



23