



Content Analytics
活用マニュアル

アジェンダ

この資料を御覧いただければ、
誰でもすぐにContent Analyticsを活用したWEB改善に取り組めます！



はじめてログインする方向け

基本編 3P～

- ・ Content Analyticsとは
- ・ データを確認するための準備
- ・ 実際にデータを確認してみる
- ・ 基本の4つの観点でレポートを見てみる



データから施策への
落とし方を知りたい方向け

施策応用編 20P～

- ① ゴール率が高いコンテンツへの対応施策
- ② ゴール率が低いコンテンツへの対応施策
- ③ 滞在時間が長い但しゴール率が低い
コンテンツへの対応施策



コンテンツアナリティクスとは？

コンテンツアナリティクスとは？

WEBサイトの改善にも使え、 その先のCRMへの活用にも使える！

ユーザーの興味関心データは
貴社の資産になります。
コスパ最強です



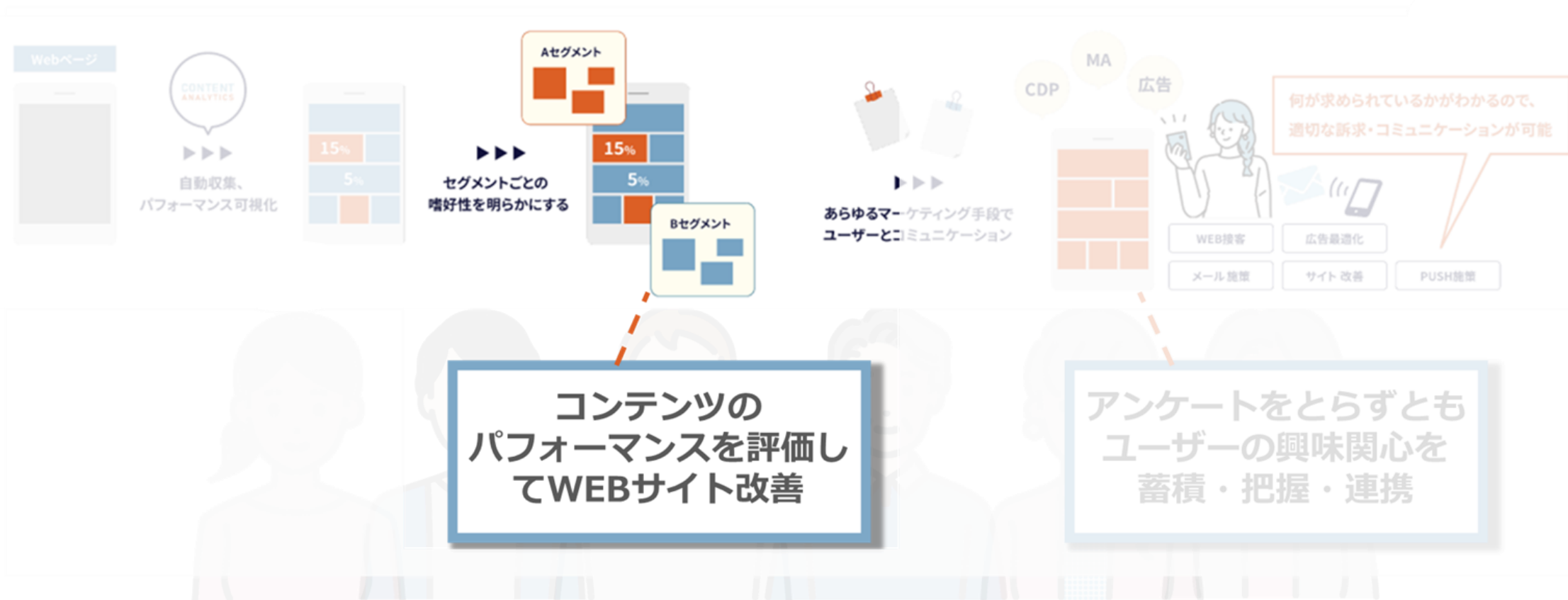
コンテンツの
パフォーマンスを評価し
てWEBサイト改善

アンケートをとらずとも
ユーザーの興味関心を
蓄積・把握・連携

コンテンツアナリティクスとは？

WEBサイトの改善にも使え、
その先のCRMへの活用にも使える！

ユーザーの興味関心データは
貴社の資産になります。
コスパ最強です



コンテンツアナリティクスとは？

ページ内のコンテンツを自動で要素分解

より定量的にユーザーニーズがわかる！コンテンツが評価できる！

**コンテンツの貢献度を数値化し
定量的に評価**

今よりさらに成果のあがるページ構成、
コンテンツ制作が可能になります。

**4つの指標でコンテンツを評価します！
※すべて取れていないと評価できません**



コンテンツ名	ビュー		ゴール		クリック			
	数	率	数	率	数	率		
すべてのコンテンツ平均	505	26.8%	00:59	10	2.9%	12	2.6%	
1 00.ヘッダー	1,200	7%	00:55	38	7	3.2%	7	3.5%
2 01.FV_画像カレール	771	41.0%	00:17	26	6	3.4%	5	0.7%
3 02.FV画像	924	49.1%	00:34	35	5	3.6%	10	1.1%
4 03.FV右下	868	46.1%	00:34	19	8	2.2%	0	0.0%
5 04.WHO WE ARE 私たちについて	807	42.9%	00:28	10	1.2%	17	2.1%	
6 05.WHO WE ARE 私たちについて<VIEW MORE>	636	33.8%	00:28	8	1.3%	19	3.0%	
7 05.WHO WE ARE 私たちについて<画像>	665	35.3%	00:28	8	1.2%	0	0.0%	
8 06.SERVICE 画像	734	39.0%	00:27	8	1.1%	1	0.1%	
9 06.SERVICE サービス内容	729	38.7%	00:28	8	1.1%	9	1.2%	
10 06.SERVICE サービス内容<VIEW MORE>	594	31.6%	00:31	7	1.2%	16	2.7%	
11 08.CASE STUDY 導入実績	750	39.8%	00:27	8	1.1%	27	3.6%	
12 09.CASE STUDY 導入実績<具体企業名>	82	4.3%	02:51	6	4	7.3%	1	1.2%
13 11.NEWS 最新ニュース	536	28.5%	00:32	7	1.3%	2	0.4%	
14 12.NEWS 最新ニュース_CA<ニュース記事>	63	3.4%	03:45	6	3	9.5%	0	0.0%
15 ウェビナー記事	161	8.6%	00:31	1	0.6%	8	5.0%	
16 12.NEWS 最新ニュース<ニュース記事>	584	31.0%	00:39	7	1.2%	15	2.6%	
17 12.NEWS 最新ニュース_1stpartyCookie活用支援...	57	3.0%	04:09	6	2	10.5%	0	0.0%



基本編①

データを確認するための準備をしましょう

ログイン
ページ選択
期間設定
基本操作

基本編① ログイン

STEP1

まずはログインをしましょう！ (<https://contentanalytics.jp/login/>)

CONTENT ANALYTICS

ログイン

メールアドレス

パスワード

[パスワードをお忘れですか？](#)

ログイン

ページレポート (Mobile) 2022-05-01 ~ 2022-11-30

ページ	セッション数	ゴール: お問い合わせフォーム	ゴール率
1 https://www.uncovertruth.co.jp UNCOVER TRUTH UNCOVER TRUTH (アンカートゥルース) は、ユーザー体験分析ツール「Content Analytics」の開発・提供と、企業のマーケティングを支援する、事業のロードパートナーです。ユーザー行動データとコンテンツデータを活用してユーザー主導の行動を実現します。	1,883	60	3.19%
2 https://p2.uncovertruth.co.jp/ca/gp CONTENT ANALYTICS - ページコンテンツのビジネスゴール達成力を可視化	1,216	8	0.66%
3 https://www.uncovertruth.co.jp/about 私たちについて UNCOVER TRUTH	702	9	1.28%
4 https://www.uncovertruth.co.jp/recruit 採用情報 UNCOVER TRUTH	407	3	0.74%
5 https://www.uncovertruth.co.jp/blog/data_utilization/cfo-introduction-cost CFO導入はどれくらいかかる？ 項目と費用一覧 UNCOVER TRUTH	372	3	0.81%
6 https://www.uncovertruth.co.jp/team チーム UNCOVER TRUTH	328	2	0.61%
7 https://www.uncovertruth.co.jp/service サービス UNCOVER TRUTH	308	2	0.65%
8 https://www.uncovertruth.co.jp/culture 企業文化 UNCOVER TRUTH	298	3	1.01%
9 https://www.uncovertruth.co.jp/blog ブログ UNCOVER TRUTH	280	4	1.43%
10 https://p.uncovertruth.co.jp/20221116-20221116_6448895	216	0	0.00%
11 https://www.uncovertruth.co.jp/service/consulting CONTENT ANALYTICS UNCOVER TRUTH	213	1	0.47%

この画面では、計測できているページの一覧が表示されます

メールアドレスとパスワードを入力してログイン

ログインして最初に表示されるのは、”ページレポート”の画面です

基本編① ページ選択

STEP2 ページを選びましょう！

レポートは
①ページレポート
②コンテンツレポート
の2種類があります

ページレポート(Mobile) 2022-05-01 ~ 2022-11-30

検索: 検索はセッション

表示する件数: 20 1~20/240件

ページ	セッション数	ゴール: 訪問/お申し込み	ゴール数	ゴール率
1 https://www.uncovertruth.co.jp UNCOVER TRUTH UNCOVER TRUTH (スマートフォン用) は、ユーザー体験分析ツール「Content Analytics」の開発・提供と、企業のマーケティングを支援する、事業のパートナーです。ユーザー行動データとコンテンツデータを活用してユーザー主導の成長を実現します。	1,883	60	60	3.19%
2 https://jp2.uncovertruth.co.jp/ca/seo CONTENT ANALYTICS - ページ内コンテンツのビジネスゴール貢献力を可視化	1,216	8	8	0.66%
3 https://www.uncovertruth.co.jp/about 私たちがについて UNCOVER TRUTH	702	9	9	1.28%
4 https://www.uncovertruth.co.jp/recruit 採用情報 UNCOVER TRUTH	407	3	3	0.74%
5 https://www.uncovertruth.co.jp/blog/data_utilization/cdp-introduction-cost CDP導入はどれくらいかかる？ 項目と費用 - 無料 UNCOVER TRUTH	372	3	3	0.81%
6 https://www.uncovertruth.co.jp/team チーム UNCOVER TRUTH	328	2	2	0.61%
7 https://www.uncovertruth.co.jp/service サービス UNCOVER TRUTH	308	2	2	0.65%
8 https://www.uncovertruth.co.jp/culture 企業文化 UNCOVER TRUTH	298	3	3	1.01%
9 https://www.uncovertruth.co.jp/blog ブログ UNCOVER TRUTH	280	4	4	1.43%
10 https://jp.uncovertruth.co.jp/20221116_ga4_webinar-02utm_campaigns[2022/11/07]https://jp.uncovertruth.co.jp/20221116_ga4_webinar-0を宣伝 20221116_GA4WEBINAR	216	0	0	0.00%
11 https://www.uncovertruth.co.jp/service/contentanalytics CONTENT ANALYTICS UNCOVER TRUTH	213	1	1	0.47%

ページレポート(Mobile) 2023-11-27 ~ 2023-12-03

セッション数: 46 | ゴール数: 0 | ゴール率: 0.00%

コンテンツ	ビュー	セッション数	割合	経過時間	ゴール数	割合	クリック
すべてのコンテンツ平均	11	21.9%	00:08	0	0.0%	1	4.5%
ヘッダー	28	60.9%	00:23	0	0.0%	0	0.0%
ヘッダー	28	60.9%	00:23	0	0.0%	0	0.0%
ヘッダー	28	60.9%	00:23	0	0.0%	0	0.0%
01.FV_画像カールセル	2	4.3%	00:05	0	0.0%	1	50.0%
01.FV_画像カールセル	11	23.9%	00:06	0	0.0%	1	9.1%
01.FV_画像カールセル	6	13.0%	00:04	0	0.0%	1	16.7%
01.FV_画像カールセル	2	4.3%	00:05	0	0.0%	1	50.0%
02.FV_画像	12	26.1%	00:08	0	0.0%	0	0.0%
02.FV_画像	15	32.6%	00:07	0	0.0%	0	0.0%
03.FV_画像	11	23.9%	00:07	0	0.0%	0	0.0%
04.WHO WE ARE 私たちについて	11	23.9%	00:05	0	0.0%	1	9.1%
04.WHO WE ARE 私たちについて	12	26.1%	00:06	0	0.0%	0	0.0%
05.WHO WE ARE 私たちについて <VIEW MORE>	10	21.7%	00:07	0	0.0%	0	0.0%

まずは一番セッション数が多いページをみて見ましょう

ページを選ぶと、そのページのコンテンツレポート画面に移動します

基本編① 期間設定

STEP3

データの期間を設定しましょう！

2023-11-27 ~ 2023-12-03

2023-11-01 ~ 2023-11-30

2023年 11月

日	月	火	水	木	金	土
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	1	2
3	4	5	6	7	8	9

2023年 12月

日	月	火	水	木	金	土
26	27	28	29	30	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31	1	2	3	4	5	6

先週 先月 過去7日間 過去30日間

適用

コンテンツ名	クリック	率	数	率
230719よ	0.0%	1	4.5%	
	0.0%	0	0.0%	
	0.0%	0	0.0%	
	0.0%	1	50.0%	
	0.0%	1	16.7%	
	0.0%	1	50.0%	
	0.0%	0	0.0%	
	0.0%	0	0.0%	

まずは直近1カ月の期間を選択してみましょう

見たい期間を選び、適用ボタンをクリック

基本編① 基本操作

STEP4

実際に操作してみましょう！

レポートの対象期間を選択できます

デバイスの切り替えができます (PC/mobile)

左側にページのプレビューが表示されます
オレンジの枠が自動で分解されたコンテンツの粒度です

コンテンツ		ビュー			ゴール: [230719よ]		クリック	
コンテンツ名	集計期間	数	率	閲覧秒数	数	率	数	率
すべてのコンテンツ平均		11	21.9%	00:00	0	0.0%	1	4.5%
ヘッダー	23/11/27	28	60.9%	00:23	0	0.0%	0	0.0%
ヘッダー	23/11/27	28	60.9%	00:23	0	0.0%	0	0.0%
01.FV_画像カールセル	23/11/27	2	4.3%	00:00	0	0.0%	1	50.0%
01.FV_画像カールセル	23/11/27	11	23.9%	00:00	0	0.0%	1	9.1%
01.FV_画像カールセル	23/11/27	6	13.0%	00:00	0	0.0%	0	0.0%
01.FV_画像カールセル	23/11/27	2	4.3%	00:00	0	0.0%	0	0.0%
02.FV_画像	23/11/27	12	26.1%	00:00	0	0.0%	0	0.0%
02.FV_画像	23/11/27	15	32.6%	00:00	0	0.0%	0	0.0%
02.FV_画像	23/11/27	11	23.9%	00:07	0	0.0%	0	0.0%
02.FV_画像	23/11/27	11	23.9%	00:05	0	0.0%	1	9.1%
02.FV_画像	23/11/27	12	26.1%	00:06	0	0.0%	0	0.0%
02.FV_画像	23/11/27	10	21.7%	00:07	0	0.0%	0	0.0%
02.FV_画像	23/11/27	9	19.6%	00:07	0	0.0%	0	0.0%

▼▲をクリックすると降順・昇順に並べ替えができます

プレビューのコンテンツを1つクリックしてみましょう！
連動して対象のコンテンツレポートが表示されます



基本編②

実際にデータを確認していきましょう

ビュー
閲覧秒数
ゴール貢献
クリック

！ちいさいことでも気づきがあればどんどんメモしてみよう！！

STEP1

どのコンテンツが何%のユーザーに見られているかを確認してみましょう

セッション数		ゴール数		ゴール率					
1,883		60		3.19%					
コンテンツ		ビュー		閲覧秒数		ゴール		クリック	
コンテンツ名	集計期間	数	率	数	率	数	率	数	率
すべてのコンテンツ平均									
		337	17.9%	00:33	6	1.6%	6	2.3%	
01.ヘッダー	22/05/01 -	1,190	63.2%	00:55	38	3.2%	8	0.7%	
01.ヘッダー	22/05/01 -	1,190	63.2%	00:55	38	3.2%	20	1.7%	
01.ヘッダー	22/05/01 -	2,200	63.7%	00:55	38	3.2%	14	1.2%	
01.FV_画像カルーセル	22/05/09 - 22/10/12	242	12.8%	00:16	12	5.0%	2	0.8%	
01.FV_画像カルーセル	22/05/25 -	381	20.2%	00:22	12	3.1%	2	0.5%	
01.FV_画像カルーセル	22/05/01 - 22/11/03	388	20.6%	00:14	13	3.4%	2	0.5%	
01.FV_画像カルーセル	22/05/12 -	256	13.6%	00:12	5	1.9%	1	0.4%	
01.FV_画像カルーセル	22/05/12 -	110	5.8%	00:19	4	3.6%	3	2.7%	
01.FV_画像カルーセル	22/05/09 -	64	3.4%	00:23	0	0.0%	1	1.6%	
01.FV_画像カルーセル	22/05/01 -	847	45.0%	00:35	35	4.1%	0	0.0%	
01.FV_画像カルーセル	22/05/01 -	18	1.0%	00:08	0	0.0%	0	0.0%	
01.FV_画像カルーセル	22/05/01 -	894	47.5%	00:34	34	3.8%	10	1.1%	
03.FV直下	22/05/01 -	868	46.1%	00:34	19	2.2%	0	0.0%	

ヒートマップと違い、ビューイベントのカウントの精度が高いため、ユーザーが「見た」コンテンツのみが計測されます

✓よく見られているコンテンツやあまり見られていないコンテンツを把握しましょう

60%以上	よく見られている
60~40%	見られている
40~20%	ほどほどに見られている
20%未満	あまり見られていない
10%未満	ほとんど見られていない

※集計期間が短いコンテンツはデータが取得されていない期間が含まれて、%が低くなる傾向があります

✓一番見てほしいコンテンツは何%見られていますか？

✓急激にビュー率が下がっているコンテンツはありますか？

ガクッと落ちているようなところがあれば、離脱や遷移でこのページから離れている可能性が高いです

ビュー

セッションの場合：

同一ページビュー内でコンテンツが累計2秒以上閲覧されたセッション数。コンテンツが50%以上表示されると、閲覧秒数をカウントします。ビュー率はビュー数 ÷ セッション数

ユーザーの場合：

同一ページビュー内でコンテンツが累計2秒以上閲覧されたユーザー数。コンテンツが50%以上表示されると、閲覧秒数をカウントします。ビュー率はビュー数 ÷ ユーザー数

「ちいさいことでも気づきがあればどんどんメモしてみよう!!」

STEP2

どのコンテンツが何秒ユーザーに見られてるかを確認してみましょう

コンテンツ名	集計期間	数	率	閲覧秒数	ゴール数	率	クリック数	率
すべてのコンテンツ平均		337	17.9%	00:33	6	1.6%	6	2.3%
12.NEWS 最新ニュース_オフイ...	22/05/01 - 22/05/09	46	2.4%	05:02	6	13.0%	1	2.2%
12.NEWS 最新ニュース_1stpart...	22/05/01 - 22/05/09	57	3.0%	04:09	6	10.5%	0	0.0%
12.NEWS 最新ニュース_CA_く...	22/05/01 - 22/05/09	63	3.4%	03:45	6	9.5%	0	0.0%
09.CASE STUDY 導入実績<具体...	22/05/01 - 22/05/09	74	3.9%	03:09	6	8.1%	0	0.0%
09.CASE STUDY 導入実績<具体...	22/05/01 - 22/05/09	77	4.1%	03:01	6	7.8%	1	1.3%
12.NEWS 最新ニュース<ニュー...	22/05/01 - 22/09/17	255	13.5%	01:00	6	2.4%	0	0.0%
12.NEWS 最新ニュース<ニュー...	22/05/01 - 22/09/17	254	13.5%	00:59	6	2.4%	0	0.0%
12.NEWS 最新ニュース<ニュー...	22/05/01 - 22/09/17	293	15.6%	00:55	6	2.0%	0	0.0%
01.ヘッダー	22/05/01 -	1,200	63.7%	00:55	38	3.2%	14	1.2%
01.ヘッダー	22/05/01 -	1,190	63.2%	00:55	38	3.2%	20	1.7%
01.ヘッダー	22/05/01 -	1,190	63.2%	00:55	38	3.2%	8	0.7%
12.NEWS 最新ニュース<ニュー...	22/05/09 - 22/09/17	291	15.4%	00:54	6	2.1%	9	3.1%
12.NEWS 最新ニュース<ニュー...	22/05/01 -	453	24.1%	00:46	6	1.3%	0	0.0%

✓平均の秒数と比較して長く見られているコンテンツは何ですか？

ユーザーがどこを読み込んでいるか把握できます。閲覧秒数が長いコンテンツの場合、注目を集めているだけでなく、理解に時間がかかり閲覧秒数が長くなっている可能性もあります

✓理解してもらいたい情報・コンテンツは長く見られていますか？

説明コンテンツなど、読み込むことでゴールに近づくと考えられるコンテンツがどれほど見られているかを把握できます。閲覧秒数が短い場合、読み飛ばされている可能性があります

閲覧秒数

コンテンツの合計閲覧秒数 ÷ ビュー数

「小さいことでも気づきがあればどんどんメモしてみよう!!」

STEP3

どのコンテンツがゴールに貢献しているのかを確認してみましょう

全コンテンツ			セッション数			ゴール数			ゴール率		
			1,085			43					
コンテンツ	集計期間	ビュー	数	率	閲覧秒数	数	率	数			
すべてのコンテンツ平均			216	19.8%	00:31	6	2.0%				
00.ヘッダー	22/05/01 -		702	64.7%	00:54	27	3.9%				
00.ヘッダー	22/05/01 -		702	64.7%	00:54	27	3.9%	1			
00.ヘッダー	22/05/01 -		706	65.1%	00:54	27	3.8%				
01.FV_画像カールセル	22/05/01 - 22/06/25		183	16.9%	00:12	9	4.9%	9			
01.FV_画像カールセル	22/05/01 -		249	22.9%	00:17	10	4.0%	10			
01.FV_画像カールセル	22/05/09 - 22/06/25		161	14.8%	00:13	9	5.6%	7			
02.FV_画像カールセル	22/05/09 -		481	44.3%	00:39	27	5.6%	6			
02.FV_画像カールセル	22/05/01 - 22/06/09		18	1.7%	00:06	0	0.0%				
02.FV_画像カールセル	22/05/01 -		525	48.4%	00:37	26	5.0%	8			
02.FV_画像カールセル	22/05/01 -		509	46.9%	00:38	14	2.8%				
02.FV_画像カールセル	22/05/09 -		404	37.2%	00:33	10	2.5%				
04.WHO WE ARE 私たち...	22/05/01 - 22/06/09		18	1.7%	00:06	0	0.0%				
04.WHO WE ARE 私たち...	22/05/01 -		482	44.4%	00:32	10	2.1%				

✓ゴール率の高いコンテンツは何ですか？

ゴール率の高いコンテンツほど見られるとゴールする確率が高いと言えるのでよりユーザーへの接触を高めるなどの施策を検討しましょう
「王冠アイコン+値」がゴール率ランキングトップ10

✓ゴール率の低いコンテンツは何ですか？

ゴール率の低いコンテンツは何か問題がある可能性があります
掲載位置や内容の見直しも検討しましょう

各コンテンツに触れたあとにゴールした数が表示されているため、ゴールへの貢献度がわかります

ゴール

セッションの場合：
コンテンツを閲覧後にゴールに到達したセッション数 ゴール率はゴール数 ÷ ビュー数

ユーザーの場合：
コンテンツを閲覧後にゴールに到達したユーザー数 ゴール率はゴール数 ÷ ビュー数

！ちいさいことでも気づきがあればどんどんメモしてみよう！！

STEP4

どのコンテンツがクリックされているか確認してみましょう

コンテンツ		ビュー			ゴール			クリック	
コンテンツ名	集計期間	数	率	閲覧秒数	数	率	数	率	
すべてのコンテンツ平均		337	17.9%	00:26	1	0.2%	6	2.3%	
08.CASE STUDY 導入実績	22/05/01 -	632	33.6%	00:24	1	0.2%	5	0.8%	
08.CASE STUDY 導入実績	22/05/01 -	654	34.7%	00:24	1	0.1%	5	0.8%	
09.CASE STUDY 導入実績	22/05/01 - 22/05/09	74	3.9%	02:39	0	0.0%	0	0.0%	
08.CASE STUDY 導入実績	22/05/01 -	627	33.3%	00:23	0	0.0%	5	0.8%	
08.CASE STUDY 導入実績	22/05/01 -	606	32.2%	00:23	0	0.0%	4	0.7%	
08.CASE STUDY 導入実績	22/05/09	77	4.1%	02:42	0	0.0%	1	1.3%	
08.CASE STUDY 導入実績	22/05/01 -	597	31.7%	00:23	1	0.2%	3	0.5%	
08.CASE STUDY 導入実績	22/05/01 -	503	26.7%	00:23	1	0.2%	18	3.6%	
08.CASE STUDY 導入実績	22/05/01 -	530	28.1%	00:26	0	0.0%	1	0.2%	
08.CASE STUDY 導入実績	22/05/01 -	500	26.6%	00:25	0	0.0%	2	0.4%	
08.CASE STUDY 導入実績	22/05/01 - 22/05/09	13	0.7%	00:05	0	0.0%	0	0.0%	
12.NEWS 最新ニュース_C...	22/05/01 - 22/05/09	63	3.4%	03:05	0	0.0%	0	0.0%	
ウェビナー記事	22/09/17 -	161	8.6%	00:26	0	0.0%	8	5.0%	

✓クリック数が多いコンテンツは何でしょうか？

クリックされているということは、ユーザーニーズが高い情報である可能性が高いです

✓遷移させたいコンテンツはクリックされていますか？

TOPページや商品一覧ページなど、ユーザーが枝分かれして遷移されるようなページにおいて遷移させたいボタンをクリックしてくれているのでしょうか？

✓クリックカブルではない要素がクリックされていますか？

遷移先があるように見えてしまっているため改善が必要です。ニーズのある導線の可能性もあるため、リンク先を用意したり情報を追加することも検討しましょう

クリックカブルではない要素もすべて計測される仕組みとなっているため、ユーザービリティの悪い箇所も発見可能です

クリック

セッションの場合：
コンテンツをクリックしたセッション数。同一セッション内で複数回クリックされても、1カウント。クリック率はクリック数 ÷ ビュー数。クリックはビュー判定に関わらずカウントされます。

ユーザーの場合：
コンテンツをクリックしたユーザー数。同一ユーザーに複数回クリックされても、1カウント。クリック率はクリック数 ÷ ビュー数。クリックはビュー判定に関わらずカウントされます。



基本編③

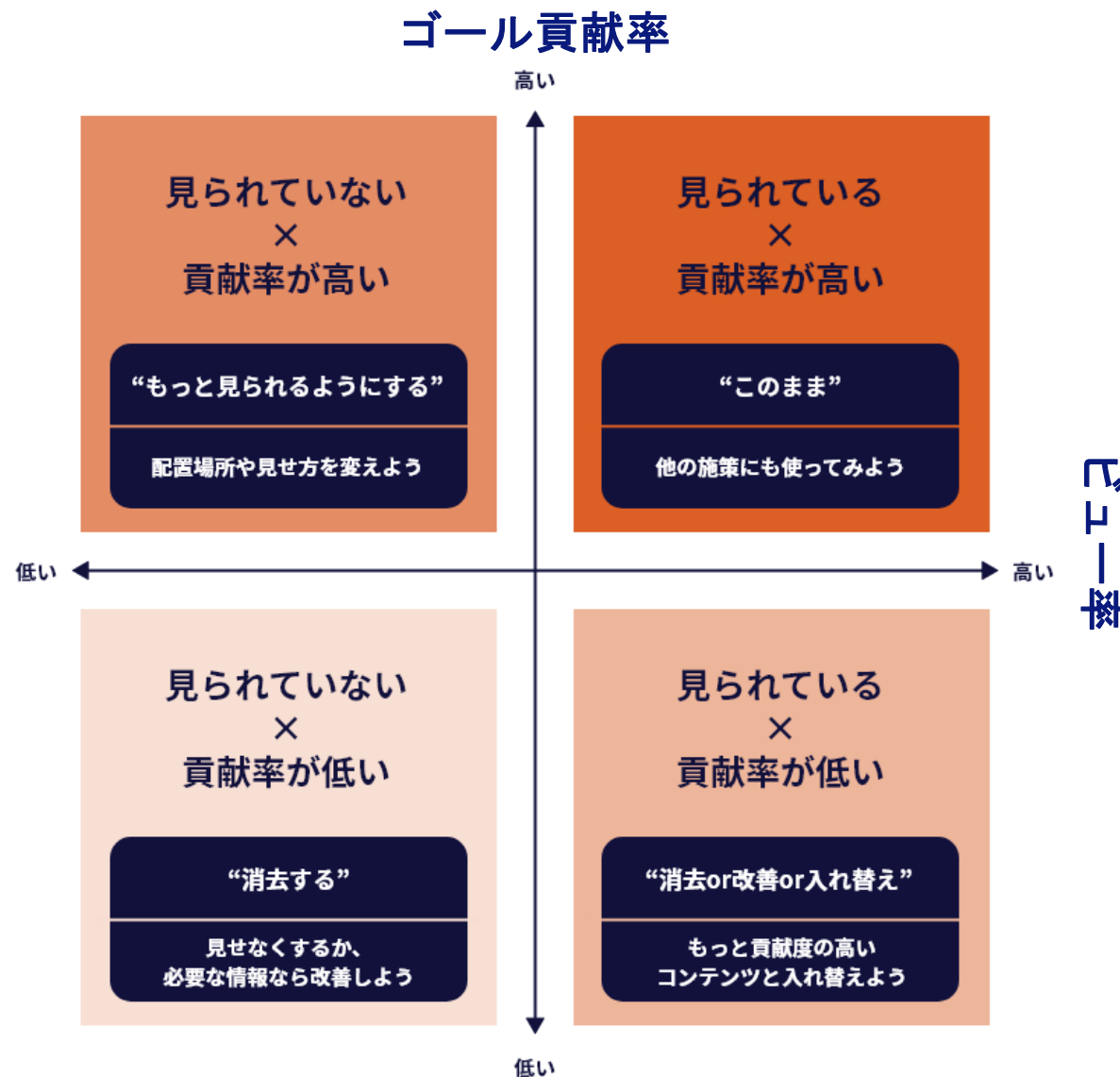
データを様々な角度から解釈していきましょう

4象限の考え方

4象限の考え方

コンテンツ評価の基本的な考え方

ビュー率×ゴール貢献率で
コンテンツ評価もカンタン



02 コンテンツレポートの見方_指標

コンテンツアナリティクスは自動で要素分解した コンテンツ毎のアクセスデータをユーザーごとに蓄積

4つの指標でコンテンツを評価しています。（どれか1つでも欠けたらだめ）





データから施策への落とし方を知りたい方向け

①ゴール率が高いコンテンツへの対応施策

〜〜が有効であるとわかった場合の考え方

ゴール率の高いコンテンツがあった

データ例)

セッション数		220		ゴール数		23		ゴール率		10.45%	
コンテンツ	ビュー	ゴール: 購入完了	クリック								
プレビュー	コンテンツ名	集計期間	数	率	閲覧秒数	数	率	数	率		
すべてのコンテンツ											
<input type="checkbox"/>	キャンペーン/バナー		16	10.4%	00:06	8	10.4%	6	26.1%		
<input type="checkbox"/>	16. 口コミ	23/10/29-	23	10.4%	00:06	8	34.8%	6	26.1%		
<input type="checkbox"/>	18. フッターテキスト	23/10/29-	22	10.0%	00:11	7	31.8%	0	0.0%		
<input type="checkbox"/>	17. 問い合わせボタン...	23/10/29-	23	10.4%	00:11	6	26.1%	0	0.0%		

「口コミ」のゴール率が高いけど、あまり見られていない？

コンテンツのゴール率が他のコンテンツに比べて高いことが分かった
(ゴール率が高い=CVユーザーの方が非CVユーザーと比べてよく見ているコンテンツ)

分析結果

仮説

該当コンテンツをもっと見てもらえるとゴールしてもらいやすくなるのでは？

ユーザーがなぜそのコンテンツを見ると、良いのか？

→購入検討しているユーザーに対してコンテンツが購入の後押しをしている

コンテンツへの接触率を高められると、もしくは、コンテンツのUIの視認性をよくすると、CV率が上がる可能性がある

施策方針

施策

①コンテンツに触れる機会を上げる

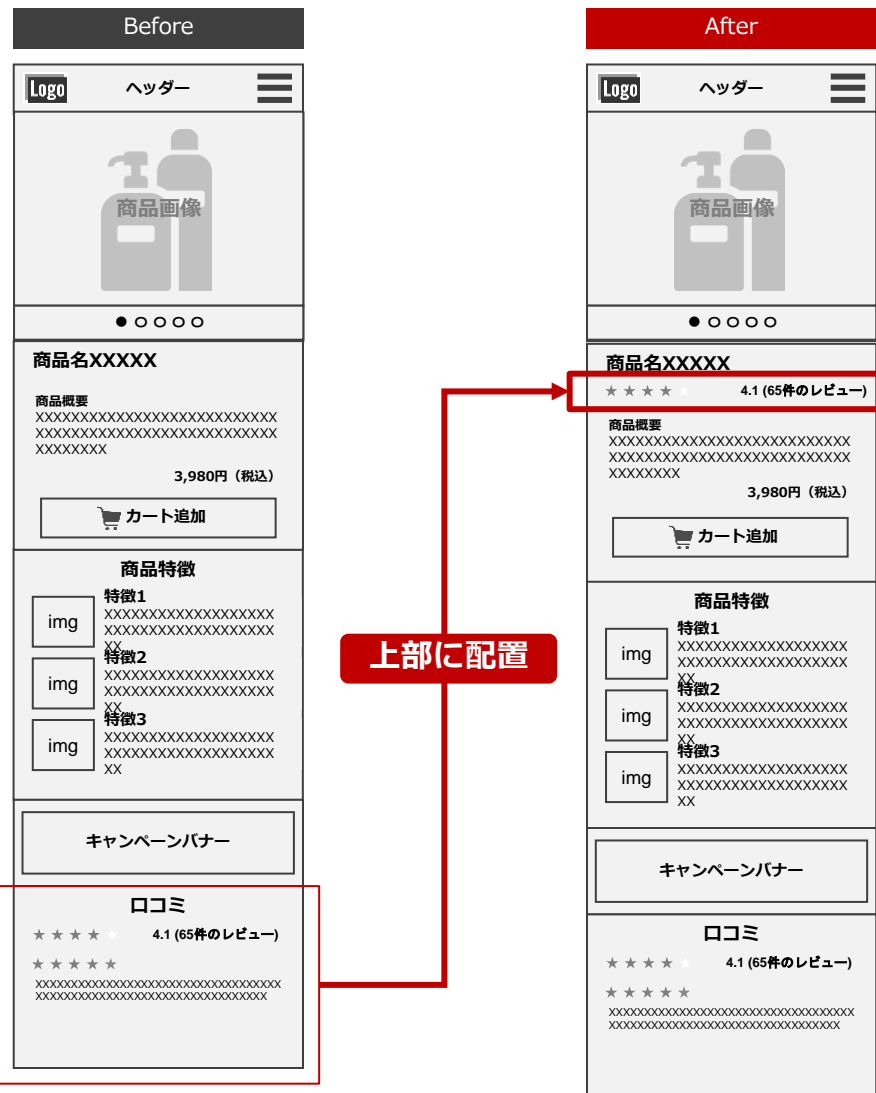
- 要素をページ上部に配置する (例1)
- 該当コンテンツより上に位置する、有効でないコンテンツの位置を下げる (例2)
- 該当コンテンツへのアンカーリンクを上部に設置する
- 他のページにも該当コンテンツを設置する

②コンテンツを目立たせて、気付かせる

- 該当コンテンツのデザインを目立たせる(例3)
 - 表示エリアを拡大させる
 - 掲載要素を増やす
 - 特定パーツを強調させる
 - 訴求文言やデザインを変更する

※一般的に考えられる考察・施策となり、サイト種別やコンテンツ構成によっては正しくない場合もあります

例1_ゴール率の高いコンテンツの施策例: 要素を上部に配置する



分析結果

「口コミ」のゴール率が高い



施策方針

「口コミ」に触れる機会を上げる

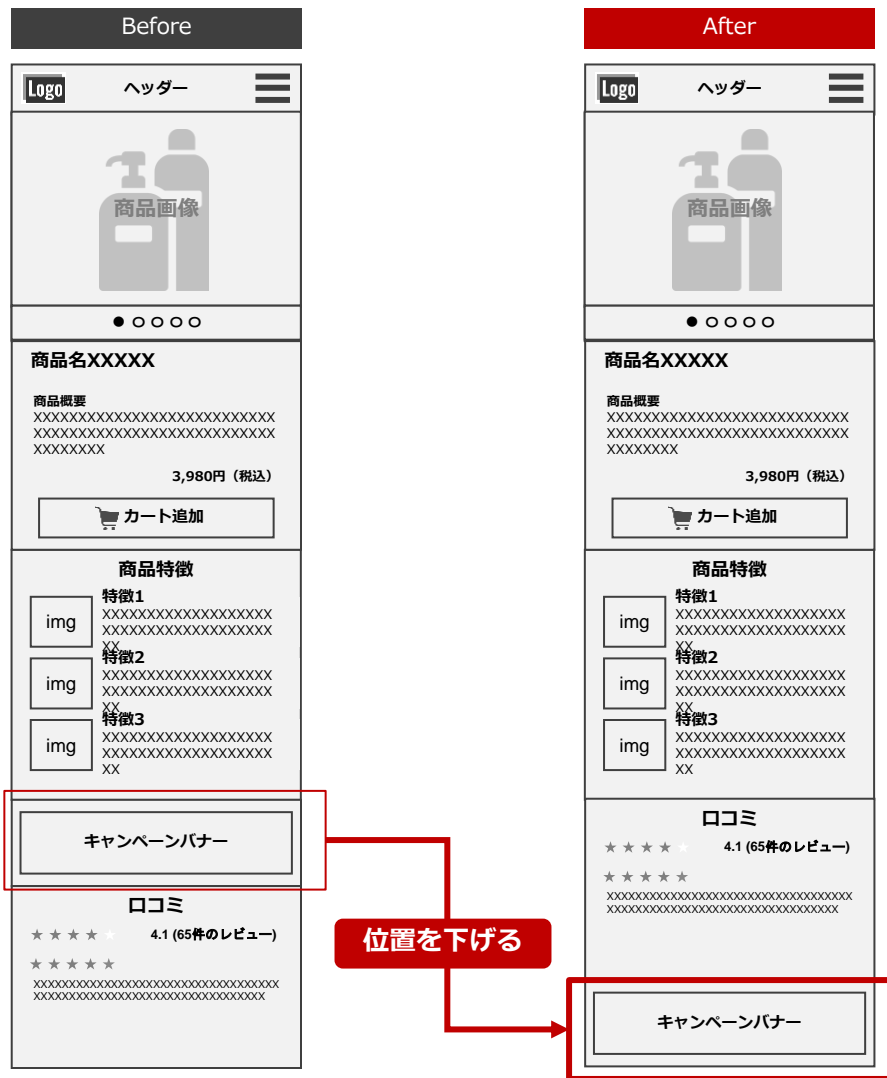


施策アイデア

「口コミ」要素をページ上部に配置する

ゴール率の高い「口コミ」コンテンツをまるごと上部に配置するのではなく
口コミの平均評価のみを上部に配置し、アンカーリンクなどで飛ばせるようにする

例2_ゴール率の高いコンテンツの施策例: ゴール率の低いコンテンツの位置を下げる



データ

「口コミ」のゴール率が高い
「キャンペーンバナー」のゴール率が低い



施策方針

「口コミ」に触れる機会を上げる

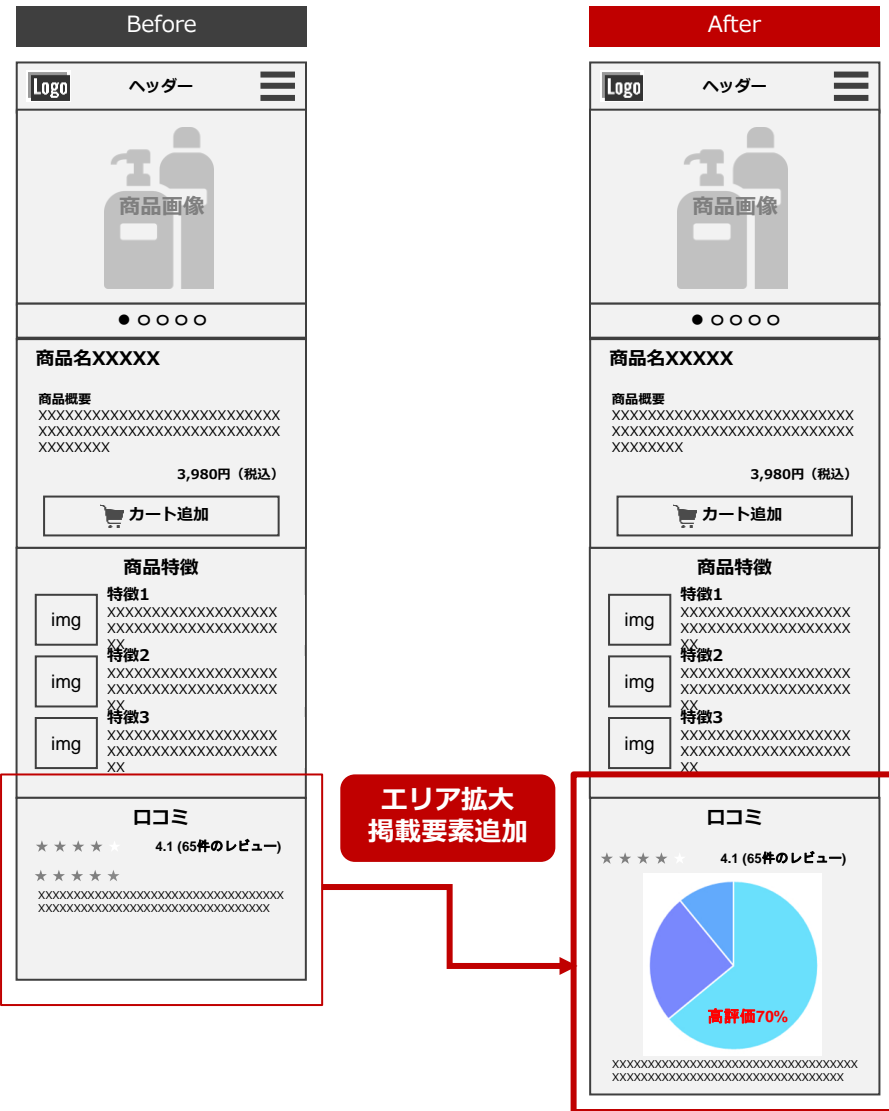


施策アイデア

「キャンペーンバナー」の位置を下げる

「口コミ」に比べて「キャンペーンバナー」のゴール率が低いのであれば、「口コミ」の接触を高めるため、それより上部にあった「キャンペーンバナー」の位置を「口コミ」よりも下に配置する
要素の位置を入れ替える場合、ページ構成・流れに違和感がないかも確認する

例3_ゴール率の高いコンテンツの施策例: ゴール率の高い要素を目立つデザインに変更



データ

「口コミ」のゴール率が高い



施策方針

「口コミ」を目立たせて、気付かせる



施策アイデア

「口コミ」のレビューグラフを追加し目立たせる

評価の割合を示すグラフを追加し、視覚的にも目に留まるようにする
グラフをクリックするとその評価ユーザーの口コミに絞れるとなおよい

②ゴール率が低いコンテンツへの対応施策

データから施策への落とし方

ゴール率の低いコンテンツがあった

データ例)

セッション数		220		ゴール数		23		ゴール率		10.45%		
コンテンツ				ビュー		ゴール: 購入完了		クリック				
コンテンツ名				数	率	回数	率	数	率	数	率	
すべてのコンテンツ平均				52	23.6%	00:11	10	19.7%	4	8.1%		
18	キャンペーンバナー			45	20.4%	00:20	6	13.3%	26	57.8%		
4	US-EV直下			45	20.4%	00:20	6	13.3%	26	57.8%		
5	おすすめ商品											
1	ヘッダー			135	61.4%	00:30	20	14.8%	1	0.7%		

「キャンペーンバナー」はゴール率が低い？

「キャンペーンバナー」のゴール率は、他のコンテンツに比べて低い
 ゴール率が低い=非CVユーザーの方が、CVユーザーと比べてよく見ているコンテンツ

分析結果

仮説

コンテンツに触れる人を少なくする or より良くすることでゴールしてもらいやすくなるのでは？

ユーザーがなぜそのコンテンツを見ると、ゴールしづらくなるのか？

→購入検討に関連しない、または購入しづらくさせている可能性がある（不明点が生まれる等）

①コンテンツに触れる人を少なくする

- ページ下部に移動・追加する
- 該当コンテンツより下に位置する有効であるコンテンツの位置を上げる
- コンパクト化（アコーディオン化等）する(例1)
- ページから削除する

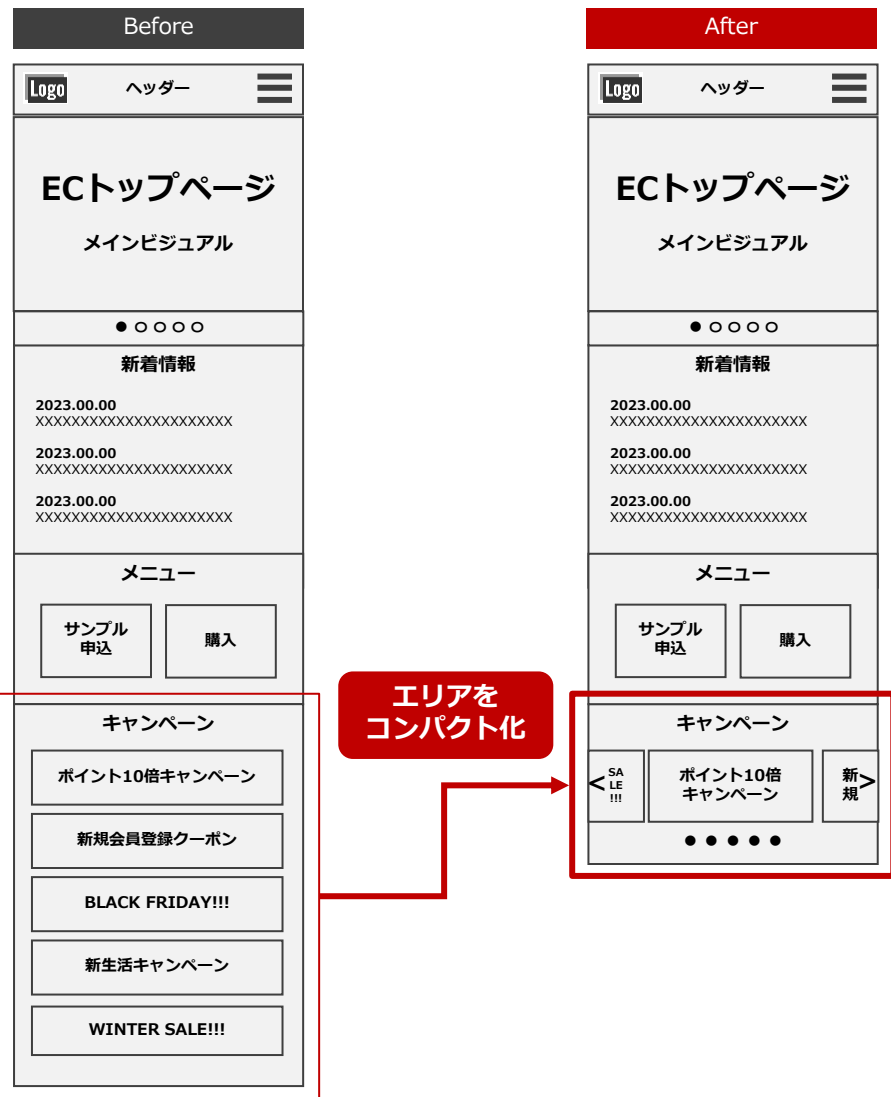
②コンテンツの見た目や中身を変更する

- 文字が多い場合は図式化などデザインを変える
- 誤解を与える・迷いを与える文言を削除・言い換える
- 訴求軸を変える（例：新商品のおすすめ→売れ筋商品のおすすめ）

※一般的に考えられる考察・施策となり、サイト種別やコンテンツ構成によっては正しくない場合もあります

施策

例1_ゴール率の低いコンテンツの施策例: コンパクト化する



データ

「キャンペーン」のゴール率が低い



改善方針

「キャンペーン」に触れる人を少なくする



施策アイデア

縦に並んでいるバナーをカルーセル化

ゴール率の低い「キャンペーン」バナーエリアをカルーセル化し、コンパクトに表示する。スペースを省略しつつ、左右スライドすれば別のキャンペーンバナーも表示できるようにする

③滞在時間は長いがゴール率は低い コンテンツへの対応施策

データから施策への落とし方③

長時間見られているのに、ゴール率の低いコンテンツがあった

分析結果

全コンテンツ		セッション数		ゴール数		ゴール率	
		710		77		10.85%	
コンテンツ	ビュー	ゴール	クリック				
コンテンツ名	集計期間	数	率	回数	率	数	率
すべてのコンテンツ平均							
		115	16.1%	00:11	18	16.1%	3 2.7%
ヘッダー							
FV							
商品画像	23/09/01-	490	69.0%	00:33	66	13.5%	2 0.4%
特徴	23/09/01-	329	46.3%	02:15	33	10.0%	1 0.3%

「特徴」は、閲覧秒数は長いゴール率は低い？
閲覧秒数が他コンテンツに比べて長い

仮説

分かりやすいコンテンツに作り変えることで、ゴールしてもらいやすくなるのでは？

ユーザーがなぜそのコンテンツを長時間見ているのに、ゴールしないのか
→重要なコンテンツではあるが、不明点を作ってしまうことに繋がっているのでは？

施策方針

①コンテンツを分かりやすくする

- 図式化するなど見せ方・デザインを見直す(例1)
- 文字が小さい場合は大きくする
- 文章が長い場合はテキストを見直す
- 誤解を与える・迷いを与える文言を削除・言い換える
- 理解するのが難しそうなのは削除するか、分かりやすく表現する

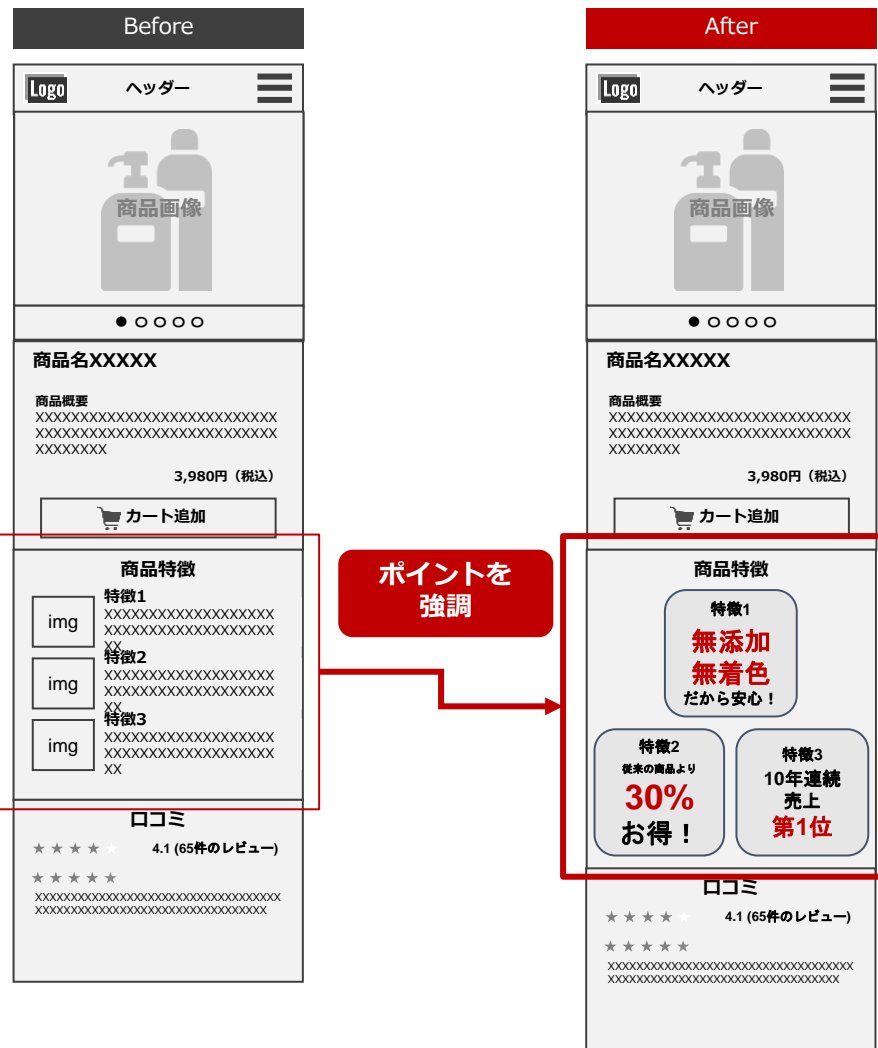
②コンテンツに必要な情報を増やす

- 検討に時間がかかっている場合
- 悩むポイントを解決するような情報を追加する
 - よくある質問
 - ご利用ガイド
 - 比較情報を追加する

施策

※一般的に考えられる考察・施策となり、サイト種別やコンテンツ構成によっては正しくない場合もあります

例1_滞在時間は長いがゴール率は低い場合の施策例: 見せ方・デザインを見直す



データ

「特徴」の滞在時間は長いがゴール率は低い



施策方針

「特徴」を分かりやすくする



施策アイデア

「特徴」としてのポイントを強調して、メリットがダイレクトに伝わるようにする

- ・文章が長い場合、テキストを見直す
 - ・誤解を与える・迷いを与える文言を削除・言い換える
 - ・数値などのデータを追加する
- など



ヘルプページ : <https://help.contentanalytics.jp/>

ご不明点ございましたら
カスタマーサポート担当へお気軽にご連絡ください。