

ホームページを育てるための"心得帳" ~ほったらかしのホームページを救え!~ (全6回)

第5回:心得4「見守ってから動く」

執筆:山本 和泉・藤川 麻夕子(株式会社エフシーゼロ)

「ホームページを育てるための"心得帳"では、「ホームページを公開したものの、そのあとどうしていいかわからない…」という方へのヒントとして、見落としがちな視点や意識しておきたい考え方をお伝えします。

第5回は「ホームページを見守る」ことについてです。ホームページは作ったあとからが本当のスタート。ホームページを効果的に更新していくために必要な「アクセス解析」のはじめの一步についてお話します。

ホームページを見守るってどういうこと?

「ホームページは公開してからがスタートである」というお話をお客様にすることがあります。ホームページを公開したら、「ホームページの動きを見守る」日々がスタートするのです。「動き」というのは、ホームページ上で動くアニメーションではなく、**ホームページのアクセスに関する「水面下の動き」**

のことです。ホームページを育てる上で、この「動き」を見守ることはとても大事です。なぜならそこにホームページの改善点が見えるからです。

ホームページの更新頻度は高いほうがよいとはよく言われますが、闇雲にホームページを更新すれば必ずアクセス数がアップするわけではありません。また、「これなら絶対みんなの役に立つだろう」という自己判断での更新は必ずしもよい結果を生むとは限りません。アクセス数や検索順位が上がっているのは**「改善点を知った上での更新」を継続しているホームページ**なのです。

ということで今回は「ホームページを見守り、その結果を見て動く」ことの入口部分についてお話します。これができないと、ホームページが「ほったらかし」になってしまいます。何も更新しなければ「ホームページがほったらかし」ですし、自分勝手に更新すれば「見る人をほったらかしにしたホームページ」です。こうならないためにも、ホームページの見守り方を知っておきましょう!

アクセス解析でホームページの動きを知ろう

ホームページを見守るのに必要なのが**「アクセス解析」**

です。Jimdoの管理画面にはこの機能があるのですが、有料版(Pro、Business)でしか使うことができません。そこで今回は「Google アナリティクス」を設定することを前提にお話をしていきます。

Google アナリティクスとJimdoを連携する方法については、bizYouエキスパートコラム内の「みんなズ制作講座 ショップに便利な機能紹介: 第4回 Google アナリティクスの活用」に詳しく紹介されていますので、まだ設定していない方は参考にしてください。

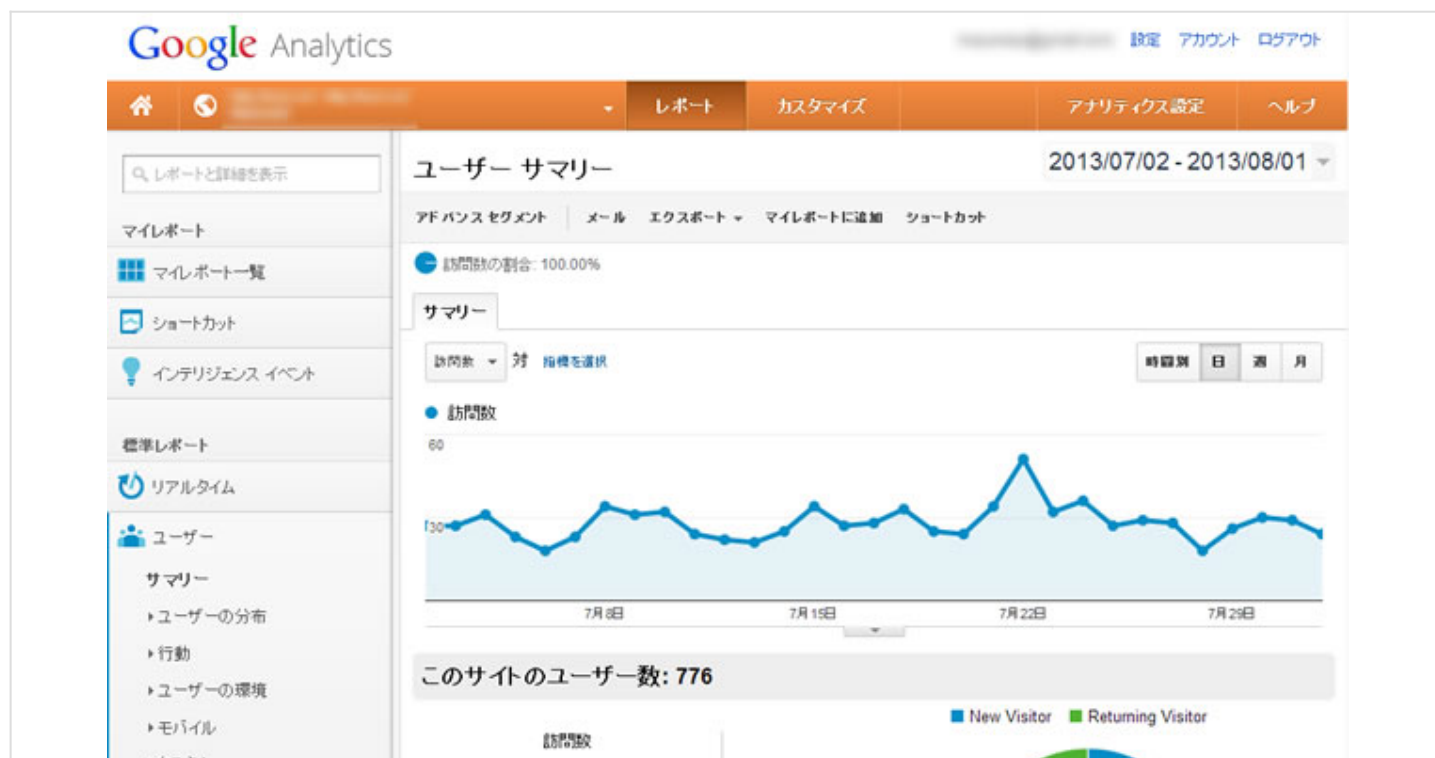
まずとにかく「サマリー」を見よう

Google アナリティクスには、解析結果をまとめて表示する**「サマリー」**

という画面があります。サマリーには3種類あるのですが、まずはこの3画面の意味と表示方法を知っておきましょう。

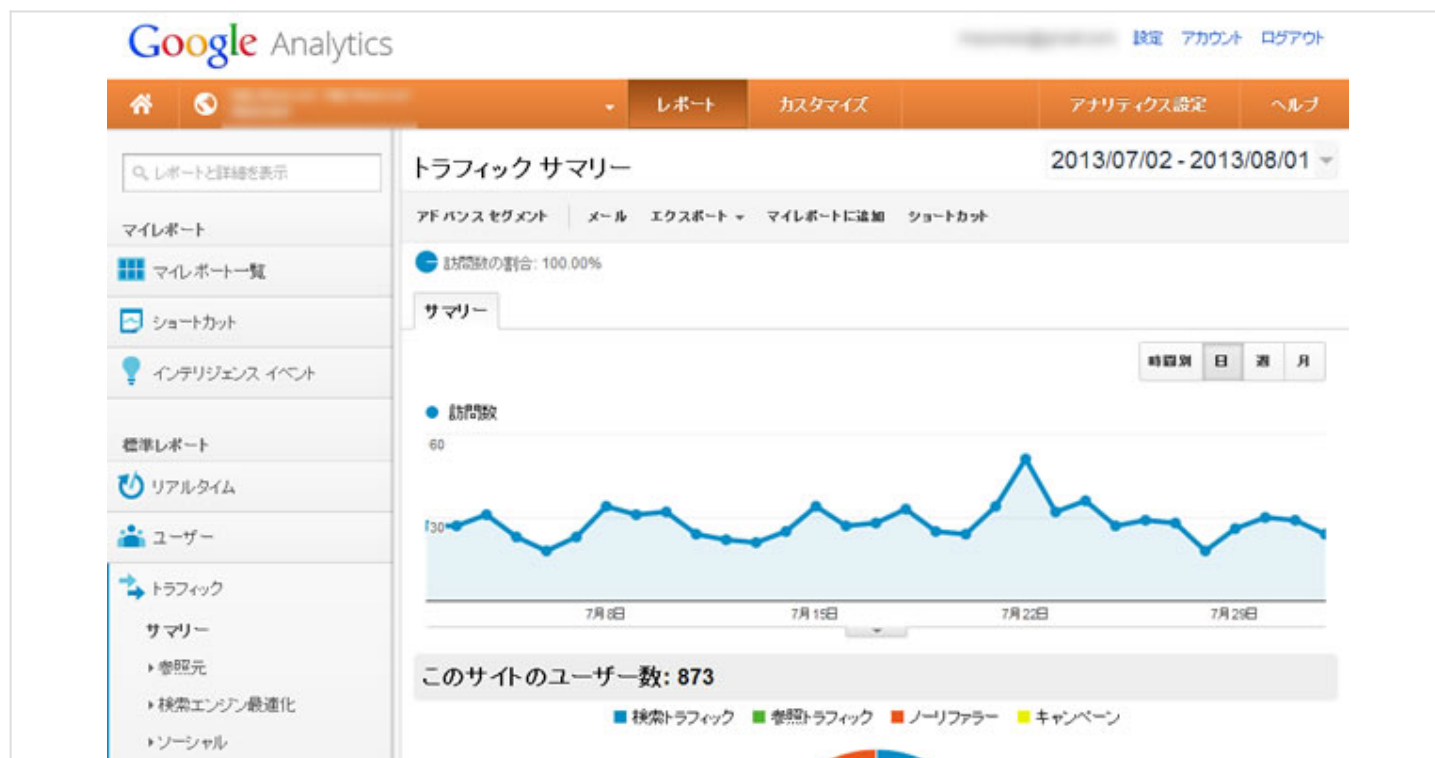
(1) ユーザーサマリー

カスタマイズをしていなければ、最初に開く画面は「ユーザーサマリー」だと思います。開かない方は、左側のメニューの「ユーザー」をクリックして開き、「サマリー」をクリックします。ユーザーサマリーは、「ホームページにどんな人がアクセスしているのか」という視点で集計されたレポートです。



(2) トラフィックサマリー

左側のメニューの「トラフィック」をクリックして開き、「サマリー」をクリックすると表示されます。トラフィックサマリーは、「どこからホームページにきたのか」という視点で集計されたレポートです。



(3) コンテンツサマリー

左側のメニューの「コンテンツ」をクリックして開き、「サマリー」をクリックすると表示されます。コンテンツサマリーは、「ホームページにアクセスした人がどんな動きをしたか」という視点で集計されたレポートです。



どうやって「見守る」の？

今回はこの3つの画面を基本にした「見守り方」をご紹介します。ここでは本当にさわりしか紹介していませんが、Google Analyticsはとても奥が深いです。慣れてきたらぜひ、解説本やサイトを見ながらもっと深いところまで見てみましょう。エキスパートコラムの「ウェブ解析初級講座」は、アクセス解析の考え方や用語について初歩から解説していますのでオススメです！

(1)「今日の数字」よりも「変化」を見よう

アクセス解析でまず大事なことは**傾向をつかむこと**

です。「今日はアクセス数が100だった」といった具体的な数字で一喜一憂するよりも、全体の傾向から「今日はいつもより多いな、どうしたんだろう？」という疑問を持つことが大切です。

「ユーザーサマリー」の一番上にある「訪問数」のグラフでは、直近1ヶ月の傾向を見ることができます。このグラフの中でちょっと飛び抜けていたり引っ込んでいたりする日があったら、まず「その日の自分の行動」を振り返ってみましょう。この日に何か重要な更新をしていたり、何らかのPR活動をしたりしていれば、それでアクセスが増えたのだとわかります。成果が出ているということですね！

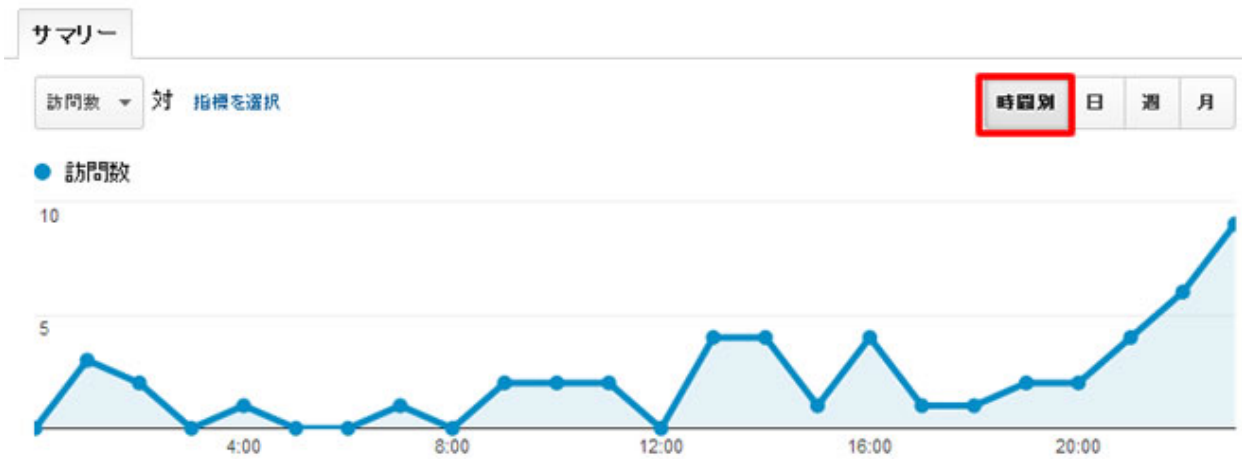


また、サイトによっては「曜日によってアクセス数が違う」という傾向も見られます。ビジネス系の内容だと土日のアクセスが少ない場合もあるでしょうし、逆に趣味系の内容の場合土日だけアクセス数が多いというサイトもあるでしょう。時間帯による傾向もあるかもしれませんので、時間帯別の訪問数も確認してみましょう。

時間帯別のグラフはグラフ右上の「時間帯」をクリックすると見られるのですが、このままクリックするととても細かなグラフになって見づらいので、「対象期間」を変更してみましょう。画面右上の期間が表示されている部分をクリックして[1]カレンダーを表示し、見たい日付をクリックして[2]「適用」ボタンをクリックします[3]。



すると、選択した日の時間帯別のグラフが以下のように表示されます。この例の場合、深夜の時間帯に向けて伸びているのがわかりますね。



(2)「検索キーワード」で、求められているものがわかる

検索キーワードからわかるのは、「アクセスしている人が自分のホームページに何を求めているのか」ということです。求められているものに合わせてホームページを更新していけば、ホームページに対する評価の向上につながります。

検索キーワードは「トラフィックサマリー」のページの下の方にある[検索トラフィック]の[キーワード]から見ることができます[1]

。サマリーではトップ10が表示されていますが、すべてのキーワードを見る場合は[レポート全体を見る]をクリックします[2]

。自分が想像していないようなキーワードもあるかもしれませんので、じっくりチェックしましょう!ちなみにこの例では占いに関するブログ記事にアクセスが集中していることがわかります。

検索トラフィック	キーワード	訪問数	訪問数(%)
キーワード	1. (not provided)	107	20.66%
一致した検索クエリ	2. 栃木 占い 当たる	13	2.51%
参照元	3. 栃木県 占い 当たる	13	2.51%
参照トラフィック	4. 生まれた日の天気	12	2.32%
参照元	5. 佐野 占い	11	2.12%
ノーリファラー	6. 栃木県 占い	10	1.93%
ランディング ページ	7. ブログパーツ 風鈴	8	1.54%
キャンペーン	8. 占い 栃木	7	1.35%
キャンペーン	9. 風鈴 ブログパーツ	7	...
	10. 存在意義を高める	6	...

①検索キーワードTOP10

②クリック

レポート全体を見る

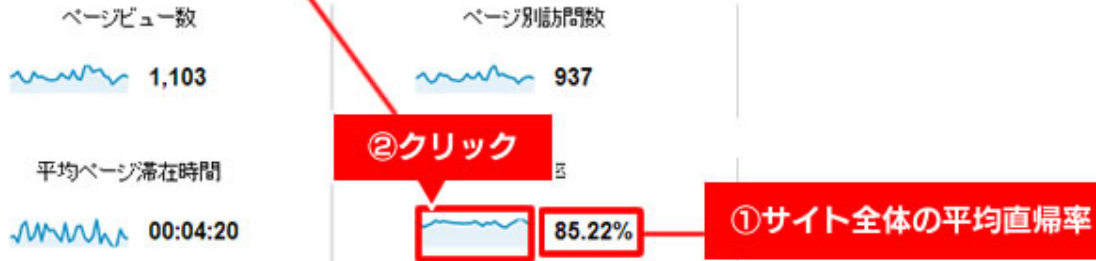
(3)「直帰率」はホームページの改善点が見える大事な数字

アクセス解析での大事な専門用語に「直帰率(ちょっさりつ)」という言葉があります。これは、訪問者がホームページにアクセスして最初の1ページだけを見て別のホームページに移動した率を指します。すぐに出て行かれてしまうということは、ホームページを見て回るための誘導が足りないのかもしれない、という予測ができます。

まず、ホームページ全体の平均直帰率を「コンテンツサマリー」で見てください。グラフの下に小さく数字が載っています[1]。数字の横の小さなグラフのような画像をクリックすると、上のグラフに日ごとの変化のグラフを表示できます[2]。



このサイトのページが表示された合計回数 1,103



さらに、「直帰」されてしまったページは具体的にどれなのかを調べてみましょう。左のメニューから[コンテンツ]を開き、さらに[サイトコンテンツ]を開いて[ランディングページ]をクリックします[1]。すると、ホームページにアクセスしたときに最初に開いたページの一覧が訪問数順に表示されます。この一番右の[直帰率]という表見出しをクリックすると、直帰率が高い順に並びます[2]。もう一度クリックすると低い順になります。

ここで紹介している例はアクセス数が少ないブログなので直帰率が高いですが、サイトの性質によって直帰率の数字は

かなり異なります。直帰率の高いページを見てみると、ホームページの改善点が見つかるかもしれません。

動きに合わせて手を入れる

(1) 変化から更新のタイミングを読み取る

さきほど紹介した方法で曜日や時間帯による傾向が見えたら、アクセス数が多くなるタイミングを狙って更新してみるのもひとつの手です。たくさんの人に見てもらえるタイミングで新しい情報を出せば、多くの人に早く伝わる可能性が高くなりますよね。

(2) 理想的なキーワードに近づける

アクセス解析での結果を見て、そのキーワードに合わせてホームページの中身を調整していくのも大事ですが、「このキーワードで検索されたい!」というものがもしあってその成果がうまく出ていないなら、「このキーワードで検索した人が見たい内容」を想像しながら更新内容を考えてみましょう。想像力を生かしたホームページは、SEOにも強くなっていくはずですよ。

(3) 「誘導力の高さ」も疑ってみる

直帰率が高いのは、自分のホームページを回ってもらうための誘導が足りないからかも、と書きましたが、「他のホームページへの誘導力が高すぎるから」ということもあり得ます。直帰率が高いページのとてもいい位置に他のサイトへの誘導があったりしないか?というところもチェックしてみましょう。

今回はちょっと盛りだくさんでしたが、これをやらないとホームページをつくる意味がない!というくらい重要なお話です。これを入口にして「ホームページを見守る」スキルを磨いていってください。

次回・最終回は、「ホームページでのコミュニケーション」について考えます。(第6回につづく)

次回のコラムを見る »



#fc0(株式会社エフシーゼロ)

JimdoExpert

<http://fc0.vc/>

「もっと多くの人に、“Webへの入口”を」をコンセプトに、中小企業や個人商店をメインとしたWebサイトの企画・制作・運営アドバイスなどの業務を行う。また、主に初心者を対象とした講師・執筆も多数。

主な著書に『デザインの学校 これからはじめるFireworksの本』(技術評論社)、『デザインの学校 これからはじめるDreamweaverの本』(同)、『ああしたい、こう変えたいが手にとるようにわかるCSS基礎』(共著、エムディエヌコーポレーション)など。