

「アクセス解析」はじめての一步 超初心者のためのアクセス解析(全6回)

## 第6回:Google アナリティクスで現状分析後、問題点をどう改善していくか

執筆:岡崎 理枝子(株式会社オリーズデザイン)

前回までは、Google

アナリティクスの4つのレポートを使ってホームページの現状を知り、問題点を見つける方法についてお話いたしました。

今回は、Google アナリティクスで見つけた問題点をどのように改善していくかについて解説していきます。

### 登場人物紹介



リエコ

ホームページ制作とアクセス解析を行う、ウェブデザイナー。



有紀

リエコの後輩で、リラクゼーションサロンを開店したばかり。

ホームページは「みんビズ」で作成。ホームページの活用で悩んでいる。

### 問題点は、なに？

前回までは、4つの『ユーザー』『集客』『行動』

『コンバージョン』レポートからホームページの現状の把握を行い、問題点を見つけていくことを説明したわね。



今回は、浮き彫りになった問題点をどう改善していくか一緒に考えていきましょうね。



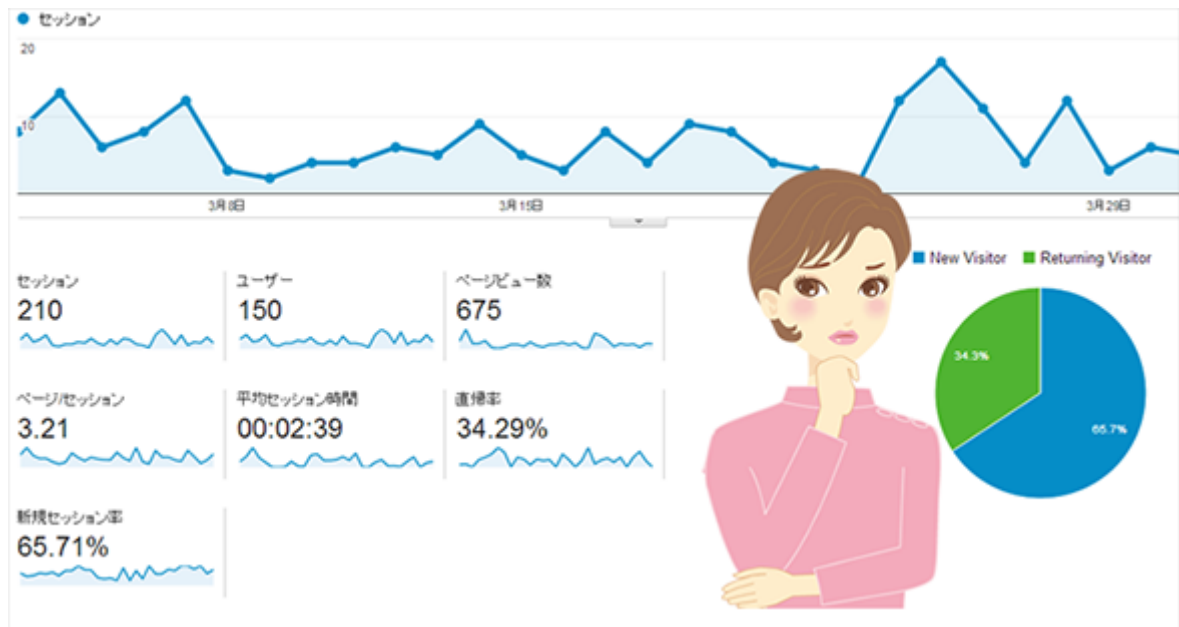
はい。

一般にホームページの改善といえば、すぐにコンバージョン率をアップをさせることを思いつくけど、ホームページによって問題点は、さまざまなの。自分のホームページの問題点は、何かを見つけて、どこから改善していくのか優先順位をつけて行うことが大切ね。



例えば、アクセス数は少ないけれど、コンバージョンは高い場合と、アクセス数はそこそこあるのに、コンバージョンが低い場合とでは打つべき対策は違ってくるのよ。

有紀ちゃんのホームページの場合ではどうなのか、見てみましょう。



アクセス数が少ないですね、それが問題だと思います。

確かに、有紀ちゃんのホームページは、セッション※・ユーザー・ページビュー数は少ないわ。でも訪問後に読まれているページ数は、少なくはないし、直帰率は低い、そして、1番重要なコンバージョン率を見ても、良い数字が出ているわ。



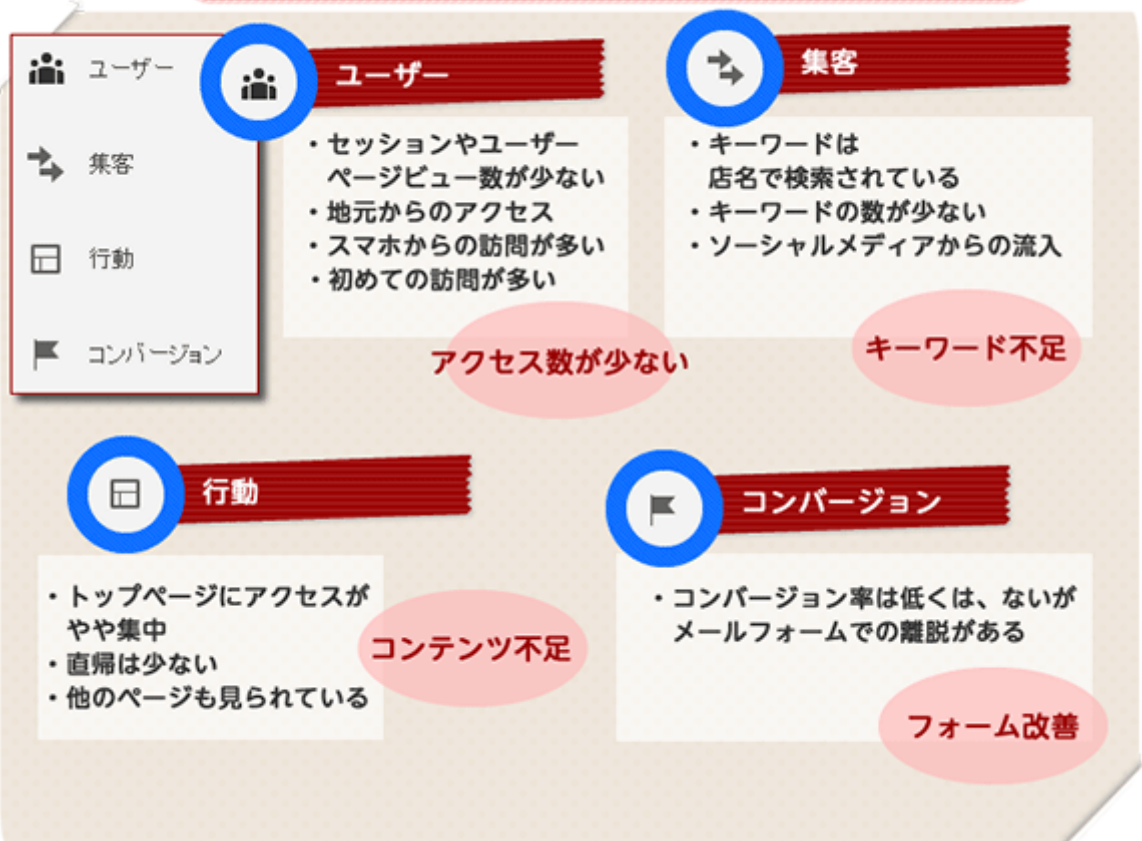
※2014年4月、訪問数の呼び方が訪問数からセッションへと変更されました。

## 4つのレポートでわかったこと

じゃあ、4つのレポートでわかったことをまとめてみましょう。



## 4つのレポートでわかったこと



キーワード不足、コンテンツ不足、フォームの改善。アクセス数以外にも問題が見つかりましたね。

そうですね。それぞれのレポートを見ると、単にアクセス数が少ないだけでなく他にも問題点が見えてきたわね。



### アクセス数を増やすためには

有紀ちゃんのホームページではコンバージョン率を上げることについては今は、そこまで考えなくても良いので、まずは、少しでもセッションを増やすことを考えてみましょう。その為にどうすれば良いと思う？



セッションを増やす方法…もっと多くの方にホームページの存在を知ってもらうことでしょうか？

キーワードの結果が、店名で検索されているケースが多いことから今のユーザーの多くは、既に有紀ちゃんのお店の存在を知っているユーザーと考えられるわ。セッションを増やすためには、これからは、お店を知らないユーザーからのアクセスも増えて欲しいわね。



一般的に、アクセス数を増やしたい場合には、

- インターネット広告を出す
- SEO
- ソーシャルメディアマーケティング など

アクセスの流入経路を増やすことを考えるの。

でも、これは、それぞれのビジネスによって使い分けを考えた方がいいのよ。有紀ちゃんの場合には、SEOとソーシャルメディアで流入増やす方法を考えてみましょう。



SEOは、聞いたことがあります。GoogleやYahoo!の検索エンジンで上位に表示されるようにすることですね。

そのためには、ホームページのコンテンツ(中身)を充実させていくことが必要になってくるわ。

訪問に繋がるキーワードを増やすこと

例えば、リラクゼーション、リフレクソロジー、タイ古式とかサービス名でのキーワードがもう少し増えていけば、流入も増えていくと思うわ。



キーワードを増やすには、どんなことに気をつければいいのでしょうか？

Googleアナリティクスのキーワード結果から、集客に貢献するキーワードを探して、キーワードを組み合わせて作ってみましょうね。

でも、ホームページの中に単にキーワードの数を増やすだけではいけないの。自分のサービスを掘り下げて、ユーザーが欲しいと思う情報を提供することが重要になってくるのよ。

具体的には、サービスメニューの紹介のページにもっと詳しい説明を入れてみましょうね。その時にユーザーの気持ちになってここに行きたいと思わせるような内容にすることがポイントよ。

有紀ちゃんのお店しかない魅力をきちんと伝えられているか考えてみましょうね。



そして、これらのことを継続して行っていれば、おのずと検索エンジンの効果も次第に出来てくると言えるでしょう。そして、検索順位を上げることもホームページの成果を上げるためには欠かせないことであるけれど、ただ検索順位を上げればよいのかではなく、重要なことは、検索エンジンで流入してきたユーザーが、コンバージョンに繋がっていくようにすること、これが一番大切なことよ。



検索順位を上げるだけでは、ダメなのですね。

検索順位を上げることが、目的ではないはず。目標は、あくまでもホームページからの問い合わせ（予約）を増やすことね。



ホームページのコンテンツのポイントは、

- オリジナルであること
- 伝えたいことは、明確であるのか
- 誰に対しての情報発信なのか

その他にも、例えば…

- タイトルや見出しをつけているのか
- コンテンツの分量は、十分にあるのか
- 文字のサイズは、読みやすいか
- 適当な余白はあるのか

など、ユーザーにとって読みやすい記事であることも大切です。



自分本位に情報発信をしては、いけないのですね。  
見てくれている人の立場になって考えることが大切です。

そうね、ユーザー視点での情報発信であることを心がけることを忘れないことが大切なポイントになるわね。



ユーザー・集客・行動レポートで、わかったアクセス数の問題点は、コンテンツを充実させていくという方法で改善していきましょう。



## フォームの改善



あとひとつは、フォーム改善ですね。

フォームは、コンバージョンに1番近い位置にあるのでここを取りこぼさないように改善をしていきましょう。

一般的に、入力フォームのページから離脱される理由には、



- 入力項目が多い
- 入力内容がわかりにくい、使いづらい
- 次に進むボタンなどがわかりにくい
- SSLが導入されてない、プライバシーポリシーの記載がない

という場合が多いわ。

**入力フォームで離脱される理由**

お問い合わせ

以下の入力フォームに必要な項目をご入力の上、「送信」を押して下さい。

お名前 \*

メールアドレス \*

送信

メモ: \* は必須項目です

• 入力項目が多い  
• 入力内容がわかりにく  
• 入力画面が使いづらい

• お問い合わせ  
• 予約  
• 資料請求  
• 会員登録など



私も自分がフォームに入力をする時に、あまりにも入力項目が多いと嫌になります。

ここでもユーザーの視点で考えることが大切ね。  
必要最低限の情報のみ入力してもらおうようにしましょうね。  
あとは、ユーザーの不安を少しでも取り除く工夫をしましょうね。



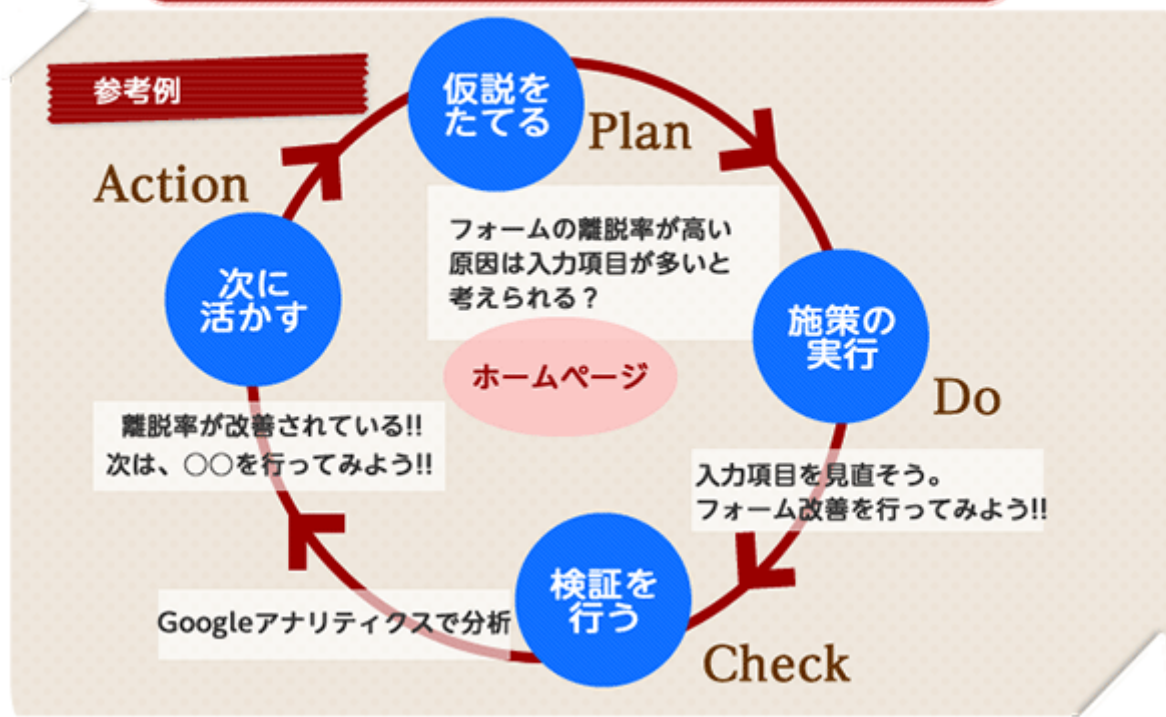
## ホームページをより活用していくためには

ホームページのアクセスされた状況を知り、コンテンツはどのくらい読まれているか、ページ内の動線は上手くいっているか、キーワードは、正しいか、コンバージョンの直前で取りこぼしはないのかななどを…**アクセス解析**で検証して、問題点が見つければ、それを改善して、また検証する。



これを繰り返しを行う(PDCAサイクルをまわす)ことが1番重要になります。  
有紀ちゃんも継続して、いきましょね。

## PDCAサイクルをまわそう



はい。最初は、Google  
アナリティクスのデータのどこをどう見ればいいのかわかりませんでした。今は、何を見て、どう  
考えていけばよいか段々にわかってきました。  
これからも頑張ってホームページを更新していきたいと思います!!

### まとめ

ホームページは、作ったら終わりではありません。

ホームページを上手く活用していくためには、アクセス解析により

ホームページのアクセスされた状況を把握して、より良いホームページ作りに役立てていくことがとても大切です。

自分の大切なホームページを「育てていくこと」をぜひ実行してください。

これまで6回にわたりお送りしてきましたが、今回で最終回です。

Google

アナリティクスを活用することにより、みなさまのホームページの成果を上げるお手伝いが少しでも出来れば、私もとても嬉しいです。

最後まで、コラムを読んでくださりまして、ありがとうございました!!



岡崎 理枝子(おかざき・りえこ)

株式会社オリーズデザイン 代表取締役/JimdoExpert

<http://www.oriase.com/>

<http://www.rey-web.com/>

岡山市出身・岡山市在住。山陽学園短期大学卒業。

1999年よりWeb制作を始める。システム会社にて9年間、Web制作全般に携わった後、2010年に独立。フリー

ランスを経て2012年に株式会社オリーズデザインを設立。Web制作・コンサルティングに従事。  
講師としては、2011年よりウェブ解析士協会(WACA)「ウェブ解析士マスター」として「ウェブ解析士認定講座」  
をはじめ、企業研修、Webマーケティング、Google アナリティクスセミナーなど各種セミナーで活動中。

---

Copyright 2020 はじめてWEB All Rights Reserved.  
<https://hajimeteweb.jp/>