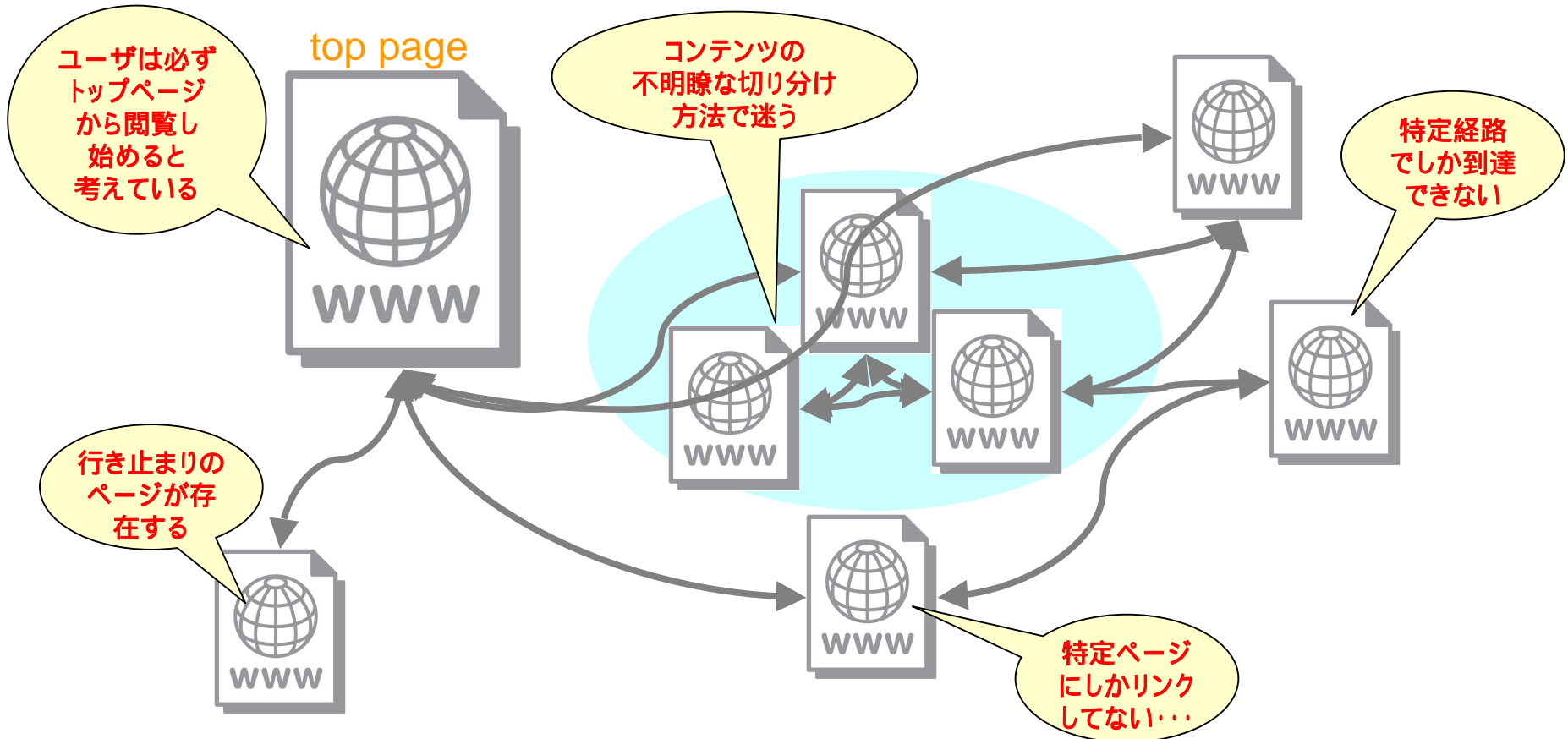


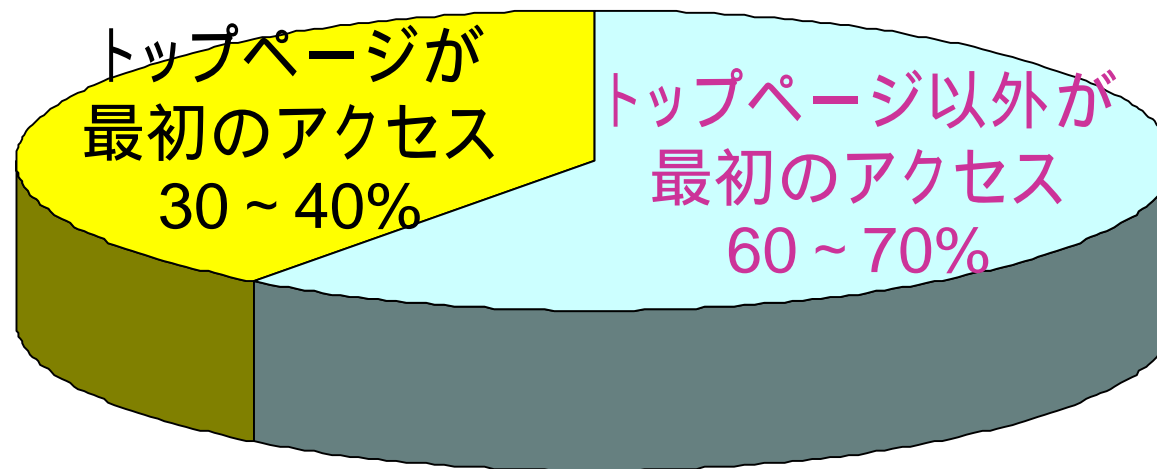
Webサイトは誰のものか？

企業のエゴをさらけ出してしまふWebサイトの問題点



Webサイトは誰のものか？

例1：トップページが最初のアクセスページである比率

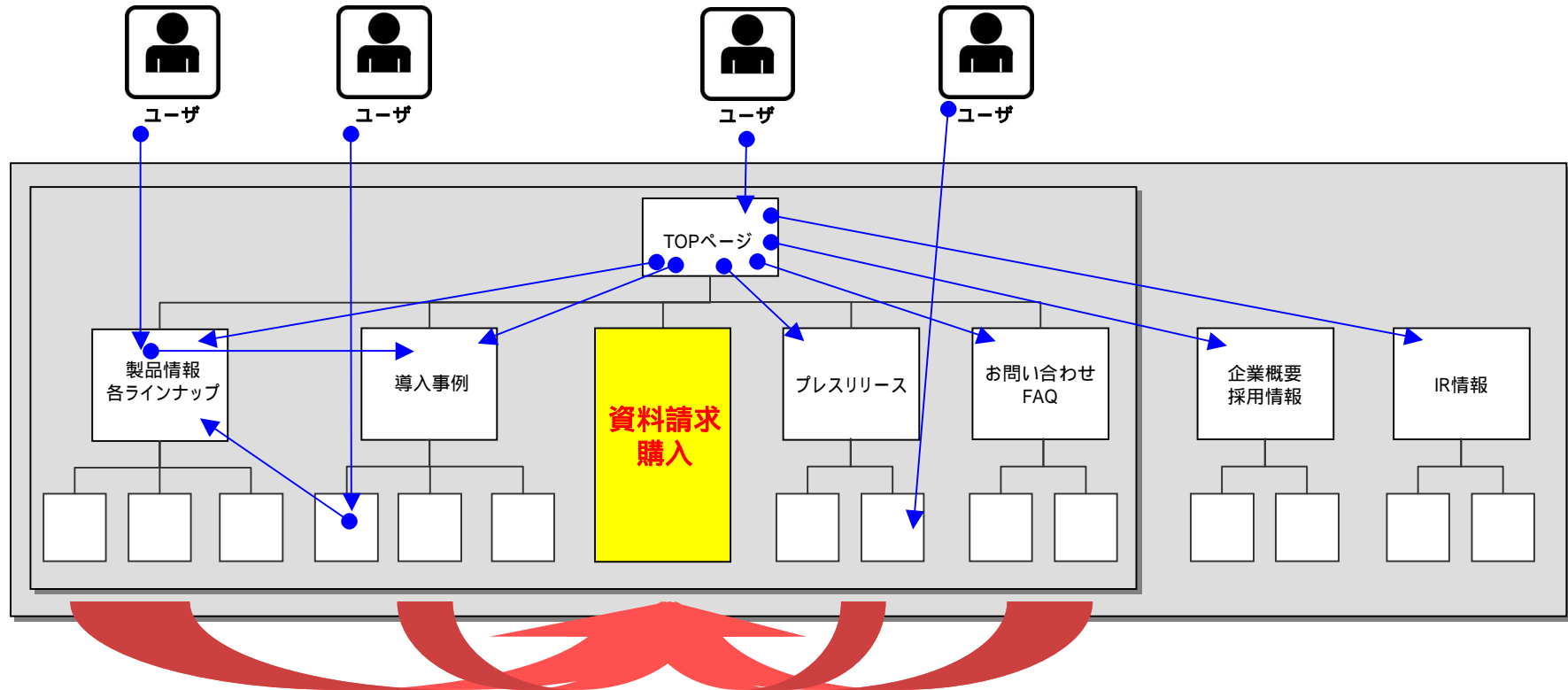


検索エンジンの利用率が高い今のインターネット利用状況が、トップページの比率を下げたからです。

ターゲットユーザとユーザニーズの定量化

商品やサービスに対する想定ターゲット

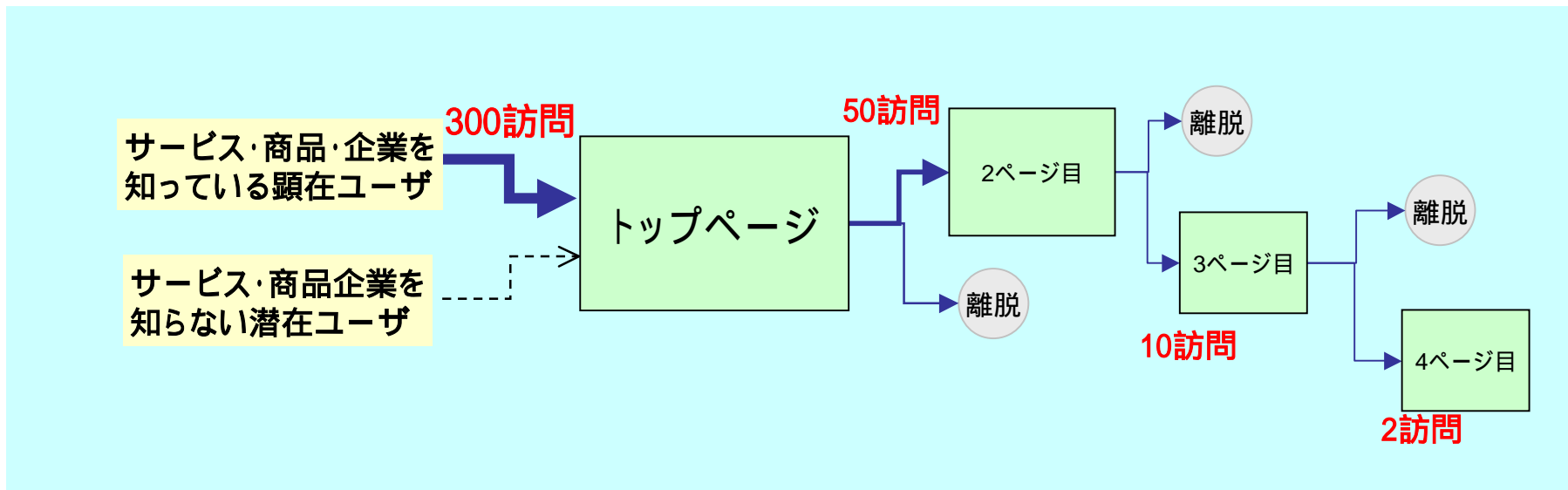
ターゲット:A ターゲット:B ターゲット:C ターゲット:D



ターゲットユーザとユーザニーズの定量化

Webサイトにメスを入れる現状分析

経路分析とは？



アクセスログ解析がもたらす解決策

コンバージョンを上げるための解決手法



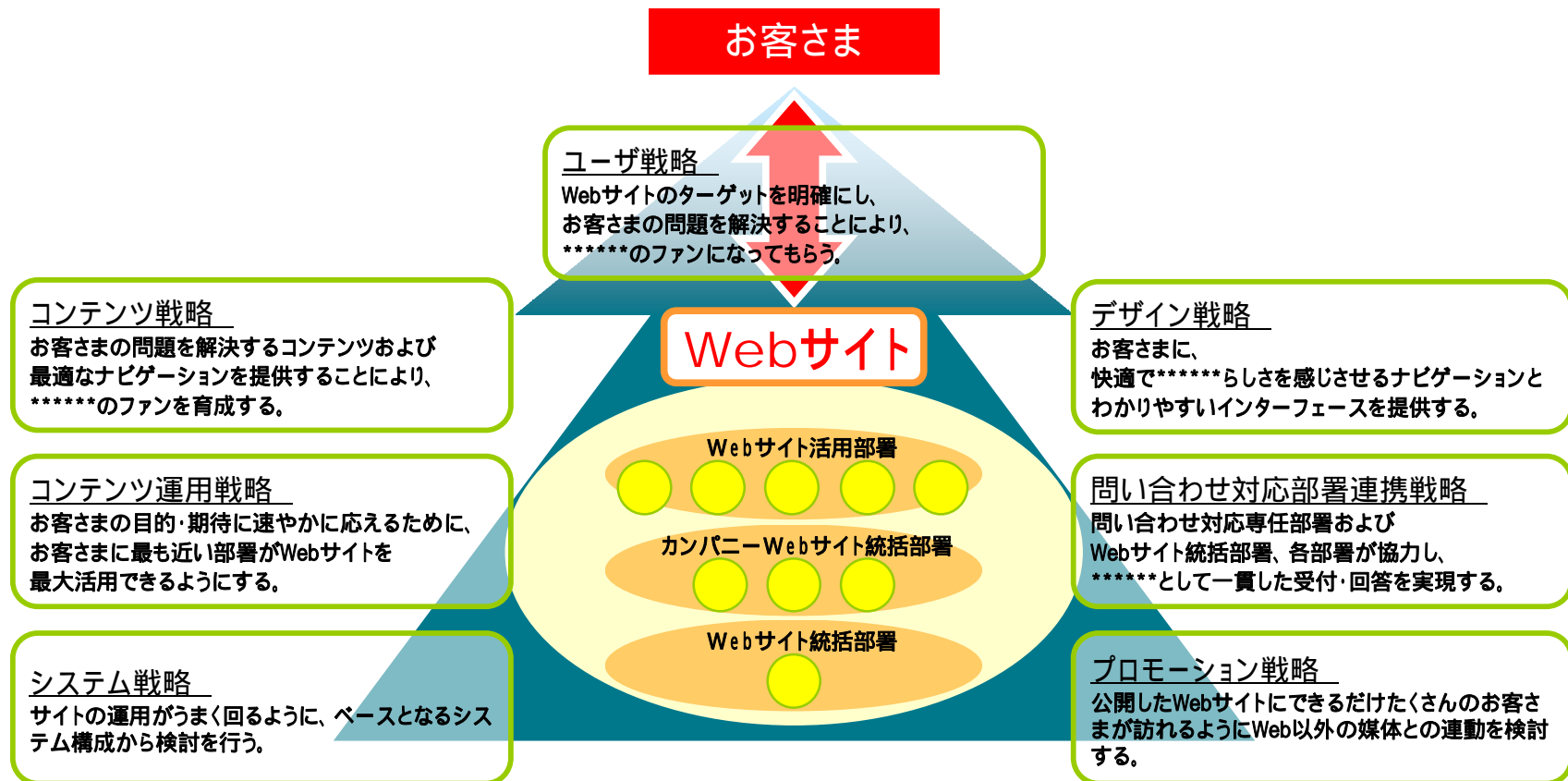
ユーザニーズをアクセスログから読み、仮説を立ててマッチニーズを考察する事が重要。

順位	キーワード	訪問	訪問の割合
訪問キーワード件数		20	
検索エンジンからの総訪問数		7,293	
1	ログ解析	623	37.04%
2	費用対効果	509	30.26%
3	アクセスログ解析	493	29.31%
4	ページビュー	439	26.10%
5	リニューアル	439	26.10%
6	it コンサルタント ログ解析	395	23.48%
7	web カルテ ログ解析	395	23.48%
8	webコンサルタント	394	23.42%
9	アクセスアップ ログ解析	393	23.37%
10	アクセスログ 解析	380	22.59%
11	コンサルティングレポート	361	21.46%
12	訪問者数	324	19.26%
13	webカルテ	297	17.66%
14	ログ 解析 ツール	296	17.60%
15	ログ解析 コンサルタント	289	17.18%
16	ログ解析 レポート	272	16.17%
17	ユニーク訪問者とは？	257	15.28%
18	ログ解析サービス	254	15.10%
19	ログ解析レポート	252	14.98%
20	解析ログツール	231	13.73%

検索エンジンからトップページへの訪問者数及び訪問の割合

アクセスログの解析結果活用法

戦略策定 – 戦略策定書



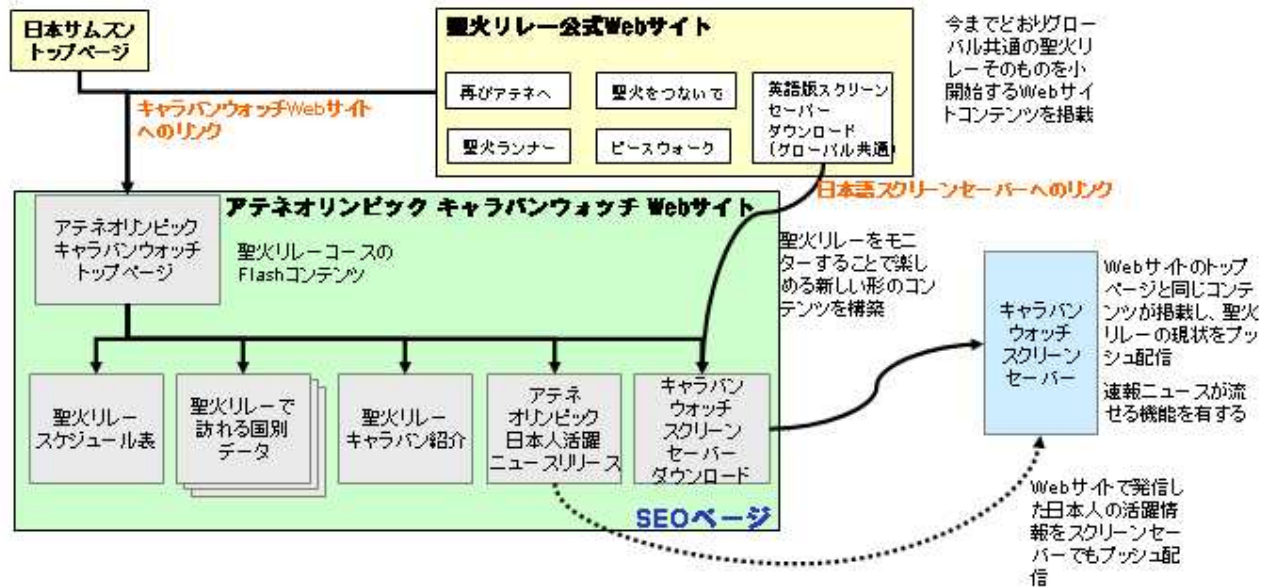
アクセスログの解析結果活用法

戦略策定 – コンテンツ案

■アテネオリンピック キャラバンウォッチWebサイトの構造

聖火リレーが世界各国を移動する、聖火リレーキャラバンの動向を知ることができるアテネオリンピック キャラバンウォッチWebサイトとスクリーンセーバを新規に構築

グローバル共通のコンテンツを活かしつつ、日本サムス独自コンテンツの開発を行う事で、日本のユーザーに合わせた情報発信を容易にします。また、オリンピックが開催され、各競技にて日本人の動向がニュースとしてリリースされはじめると日本人の活躍をニュースリリースとして掲載できるページを準備し、スクリーンセーバーにて配信できる仕組みを構築します。



クリエイティブホープのナレッジとストラテジー

