



# すぐに試せるコンバージョン改善

## 「ゴールデンルートを見つけ改善につなげる方法」

アイオイクス 株式会社



突然ですが、サイト改善の担当者様なら、次のようなお悩みを持ったことがあるのではないのでしょうか？

- ・ コンバージョンを改善したいけど、何から手を付けていいかわからない
- ・ 改善すべきページの見つけ方がわからない
- ・ 改善効果の高いページから改善したいが、優先度の付け方がわからない

サイトを改善しコンバージョンを増やしていく施策は多数あり、「何からやればいいのかわからない」という状況になりがちです。

これからサイト改善する場合、まずは**ゴールデンルート**を見つけることをおすすめします。

コンバージョンに繋がるゴールデンルートを見つけることで、効率的に改善を行うことができますし、改善すべきページの優先度付けも行いやすくなります。

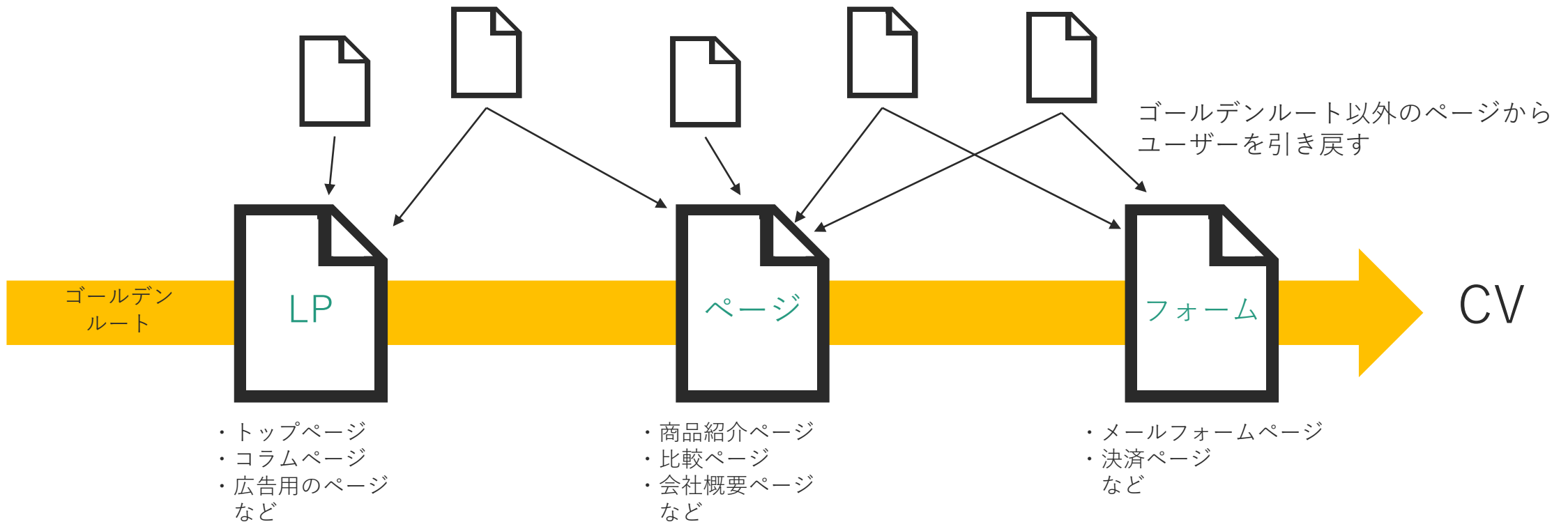
※これ以降、次の略語を用います。

CV(R)：コンバージョン（率） LP：ランディングページ GA：Google Analytics

ゴールデンルートは、CVするユーザーが辿る移動経路のことを指します。

ゴールデンルート上のページは、経由することでCVの増加に寄与するページです。

従って、ゴールデンルート上にユーザーを誘導することでCVを増やすことができます。



**お問い合わせ**

Webマーケティングに関するご相談やお問い合わせは、以下のフォームよりお願いいたします。

1〜2営業日以内に担当者よりご連絡いたします。

※プロフィール写真はこちらからご選択いただけます。  
※メールアドレスは必須です。メールアドレスは検索エンジンに公開されません。

**お問い合わせ内容 (複数可)**

現在、ご依頼を検討されていることをご選択ください。(仮の内容で構いません。)

- Webマーケティング全般
- SEO (検索エンジン最適化)
- コンバージョン改善 (CRO)
- コンテツツ制作
- サイトリニューアル
- 広告運用
- その他

**御社名**

アイオイクス株式会社

**御社サイトURL**

http://www.sample.com

**ご担当者様氏名**

山田 太郎

**電話番号**

03-0000-0000

**メールアドレス**

sample@ioix.com

アイオイクスを知ったきっかけを教えてください。

検索エンジンで見つけた

具体的なお問い合わせ内容をご記載ください。

お問い合わせの背景/ご予算/これまでの取り組みなど、必要とある情報がございましたらご記載ください。

**お問い合わせ内容を送信する**

- SEOに取り組んでいるが、成果が出ない
- SEOの方向性に迷っている
- Webサイトの集客力を向上させたい

SEOやコンバージョン改善に関する施策のお問い合わせを承っております。  
ぜひお気軽にご相談ください。

**アイオイクスに話を聞いてみたい**

※クリックすると、お問い合わせフォームにアクセスできます。

SEO Japan



検索

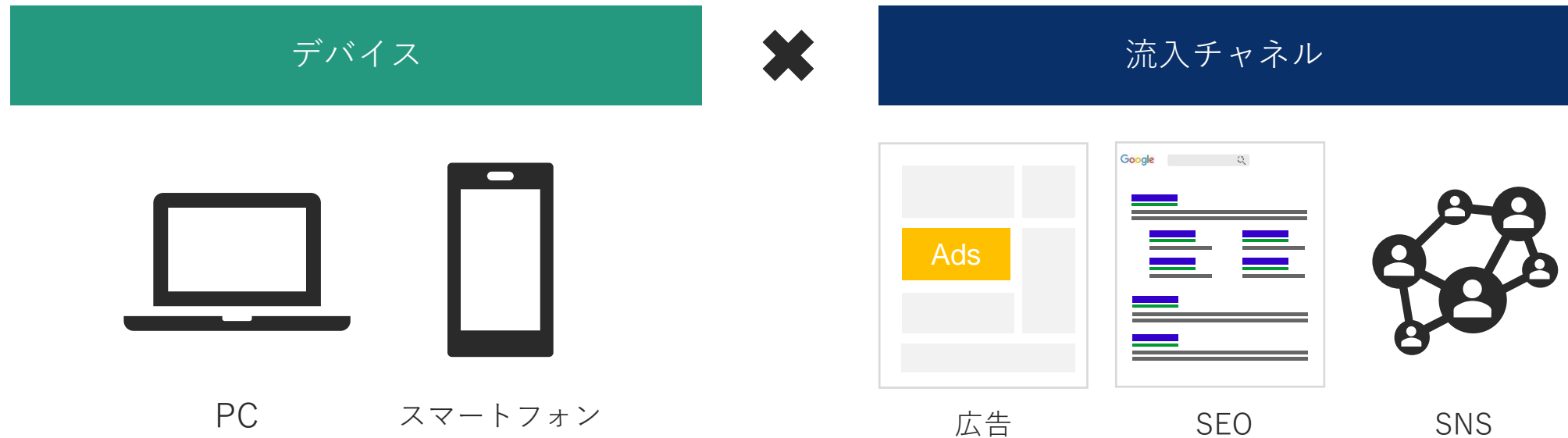


# ゴールデンルートの見つけ方

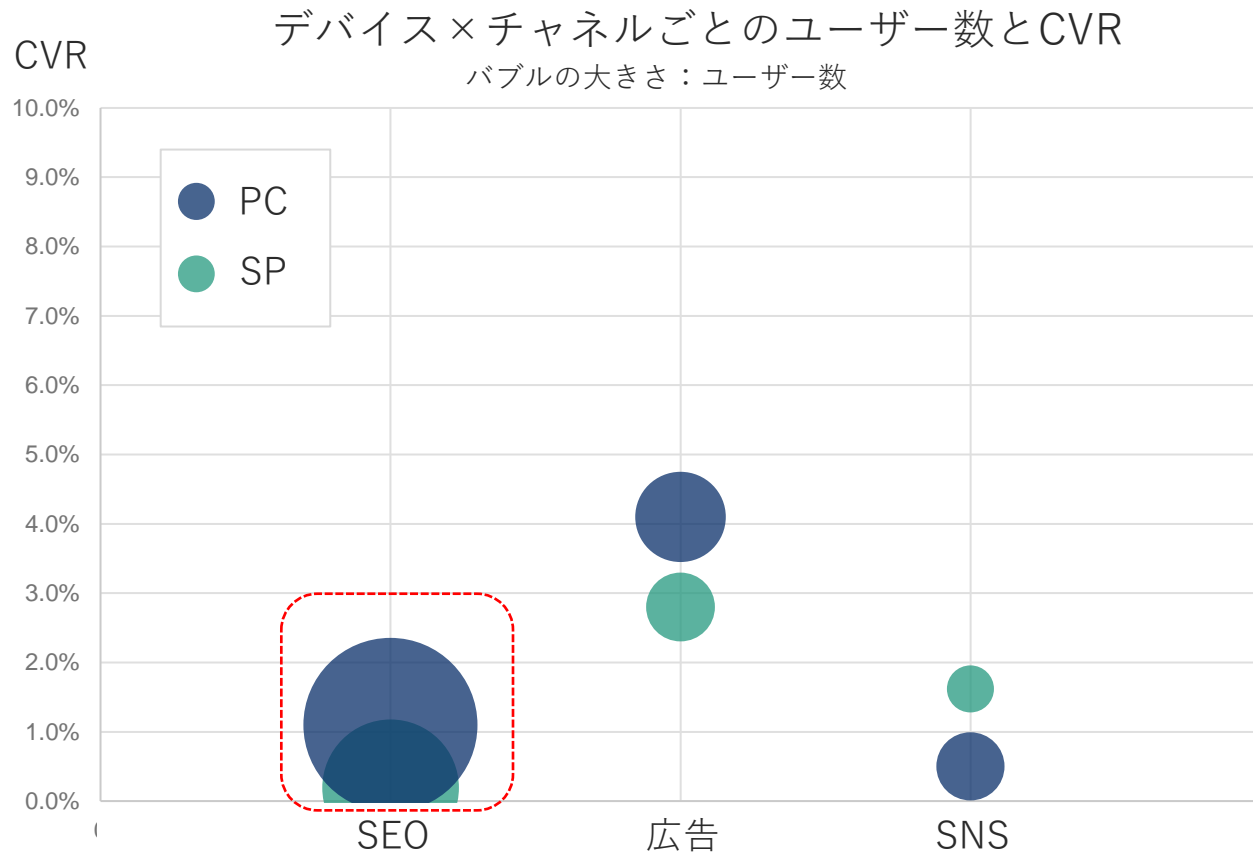
## ①入口ページの見つけ方

## 主な流入経路は「デバイス×チャネル」のデータを使用する

具体的な入口ページ特定の前に、まずは主な流入経路を把握しましょう。これを行うことで、入口ページの当たりをつけることができます。主な流入経路は、GAのデバイスと流入チャネルのデータから把握します。



## バブルマップで主な流入経路を把握



左は、デバイスとチャネルごとのユーザー数とCVRの値をプロット（描画）したグラフです。

このグラフでは、主な流入経路は自然検索経由であることがわかります。

また、CVRも低めなので、この領域を改善することで、CV数が伸びていくことが期待できます。

このようなグラフを作ることで、サイト内の流入経路を把握でき、入口ページの当たりをつけることが可能となります。

# ①入口ページの見つけ方

## バブルマップの作成方法(1/2)

以下の手順でエクセルのダウンロードを行います。

①レポートは、  
ユーザー > モバイル > 概要  
を選択

②セカンダリディメンション  
で「デフォルトチャネル  
グループ」を選択

③適切なCVと期間を設定

④エクセルをエクスポート

デバイスカテゴリ	デフォルトチャネルグループ	ユーザー	新規ユーザー	セッション	換算率	ページ/セッション	平均セッション時間	1.コンタクトフォーム到達 (目標1のコンバージョン率)	1.コンタクトフォーム到達 (目標1の完了数)	1.コンタクトフォーム到達 (目標1の値)
全体		28,106	26,660	33,988	40.94%	1.83	00:00:39	0.09%	29	¥0
1. mobile	Organic Search									
2. desktop	Organic Search									
3. mobile	Direct									
4. desktop	Direct									
5. mobile	Social									
6. desktop	Referral									
7. mobile	Referral									
8. desktop	Social									
9. tablet	Organic Search									
10. tablet	Direct									
11. tablet	Referral									



## ①入口ページの見つけ方

### バブルマップの作成方法(2/2)

以下の手順を行っていただくと、バブルマップを作成できます。

#### ①表を作る

デバイス	チャンネル	ユーザー数	CVR
mobile	1	3140	0.2%
mobile	2	794	2.8%
mobile	3	371	1.6%
desktop	1	5097	1.1%
desktop	2	1374	4.1%
desktop	3	780	0.5%

ダウンロードしたエクセルのデータを加工し、最終的に上kのような表を作成ください。

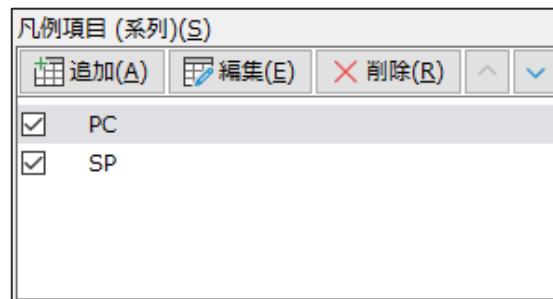
※チャンネルは1がSEO、2が広告、3がSNSに対応しています。グラフに入力する都合上、数字に置き換えています。

#### ②散布図バブルで描画する



使用するグラフは、「散布図のバブル」を選択してください。

#### ③系列を設定する



系列をPC・スマートフォンで2種類ご用意ください。

#### ④値を変更する



上のように入力してください。

- Xの値：チャンネル
- Yの値：CVR
- バブルサイズ：ユーザー数

## ①入口ページの見つけ方

### 入口ページの選定(1/2)

次に、GAの機能を用いて入口ページを特定します。

条件  
1回のセッションが複数回のセッションかの条件によってユーザーやその訪問データをセグメント化します。

フィルタ セッション - 含む -

デバイスカテゴリ 含む desktop - OR AND

AND

デフォルトチャネル 含む Organic Search - OR AND

AND

問い合わせ完了 (...) セッションごと > 0 - OR AND

まず、GAのランディングページレポートを開いてください。

(行動 > サイトコンテンツ > ランディングページ)

次に、これまでの流れで判明した主な流入経路のセグメントを作成してください。(CV>0としてください)

これにより、データを主な流入経路でCVしているユーザーに絞り込むことが出来ます。

ランディングページ

(セグメント)

1.	URL1 URL2 ⋮	
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		

これらが入口ページです。

次のページからは、これらのページを軸に動線を分析する方法をご紹介します。

## ①入口ページの見つけ方

### 入口ページの選定(2/2)

次に、GAの機能を用いて入口ページを特定します。

ランディングページ

(セグメント)

1. URL1  
2. URL2  
3. ⋮  
4.  
5.  
6.  
7.  
8.

(セグメント)  
0.07% 閲覧開始数

エクスプローラ **入口からの遷移**

ランディングページ: /jp/ja/contact-forms/contact-us-support.html  
次に表示したページ:

2ページ目	セッション	セッション (%)
URL1の次のページ		8.33%
URL1の次のページ		8.33%
URL1の次のページ		8.33%
URL1の次のページ		8.33%
URL1の次のページ		8.33%
URL1の次のページ		8.33%
URL1の次のページ		8.33%
URL1の次のページ		8.33%
URL1の次のページ		8.33%

任意のURLを1つクリックしてください。ここではURL1をクリックしたとします。

「入口からの遷移」をクリックしてください。

URL1の次に見られているページの一覧が表示されます。

また、表示されたURLをクリックすると、更にその次のページが表示されます。



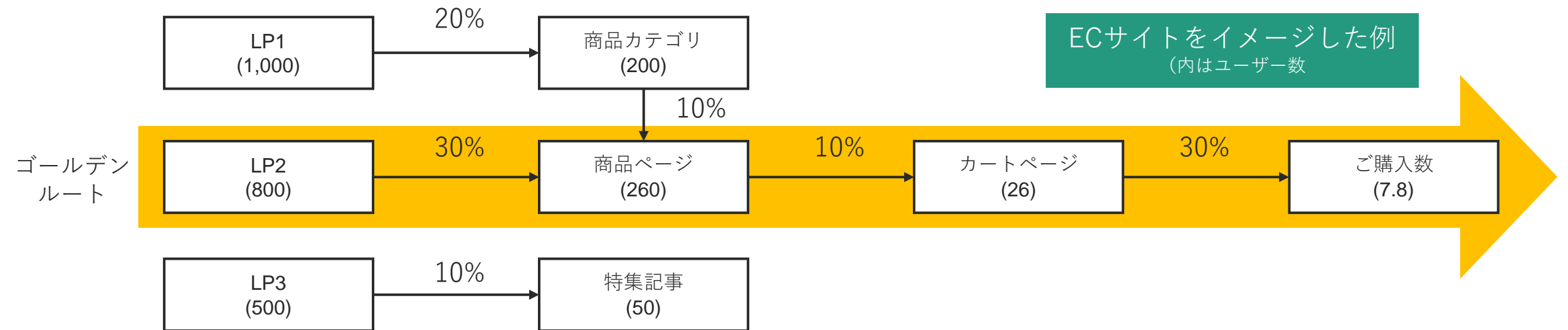
# ゴールデンルートの見つけ方

## ②入口ページの遷移先を分析

## KPIマップを作成する

下記のようなページ間の遷移や遷移率などを記載したマップをKPIマップと言います。

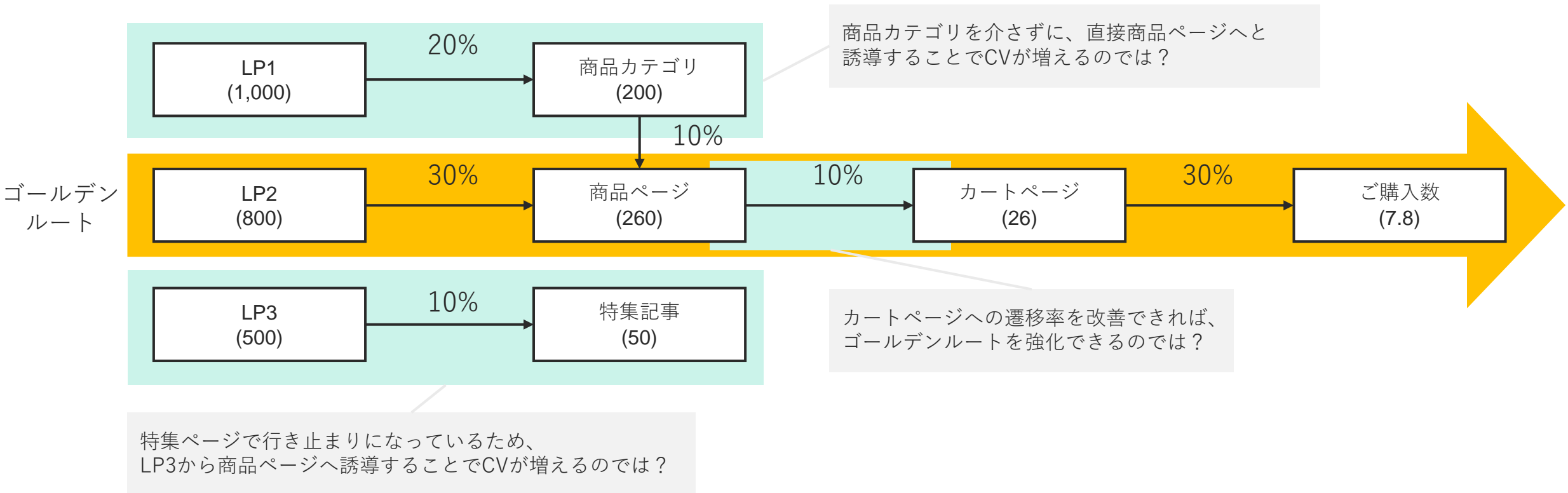
前ページまでの情報からこのマップを作成することで、ゴールデンルートの把握やボトルネックの発見に役立ちます。



上記の例では、ゴールデンルートは黄色の矢印で示したところと考えられますので、このルート上にユーザーを集めることで、CVを増やせそうです。このサイトの場合は、改善できそうなページはどこでしょうか？

## KPIマップから課題を見つける

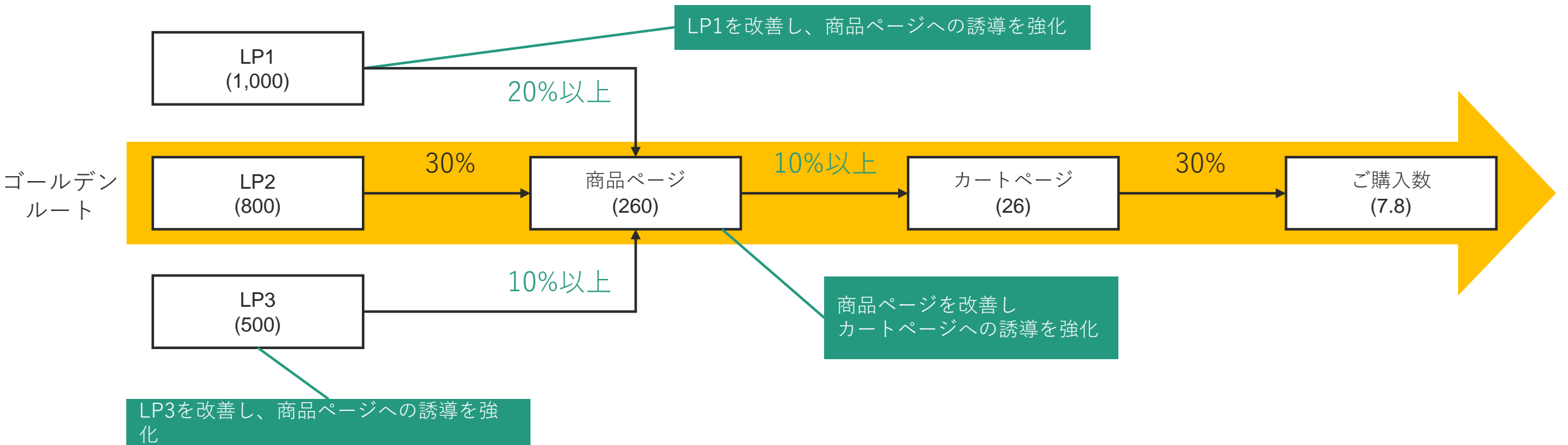
KPIマップを俯瞰し、遷移率が低い箇所や行き止まりになっている箇所を探し、改善のための仮説を立てましょう。



## ②入口ページの遷移先を分析

### 改善ページと改善後のルート

KPIマップを俯瞰し、遷移率が低い箇所や行き止まりになっている箇所を探し、改善のための仮説を立てましょう。





# ゴールデンルートの見つけ方

③ ページを改善する (A/Bテスト)



### ③ ページを改善する (A/Bテスト)



改善案を実装する前にA/Bテストを推奨いたします。

ページを改善する際、思いついた改善案をすぐに実装するのではなく、A/Bテストを行いましょう。

	即実装する場合	A/Bテストを行う場合
メリット	改善案作成から実装までが早く、成果に反映されるまでが短期間。	実装前にCVRの向上が見込めるか判断できるため、成果が出ないパターンを実装するリスクが少ない。
デメリット	成果に繋がらないパターンを実装してしまうリスクがある。	テスト期間があるため実装までに時間がかかり、機会損失するリスクがある。

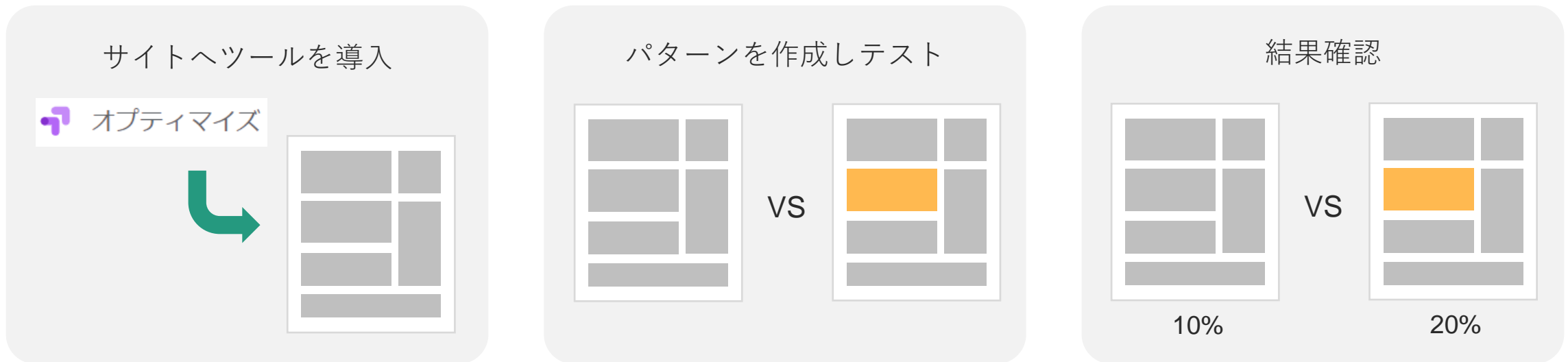
A/Bテストを行わない場合、CVRに変化が無い場合や最悪低下する場合があります。

すぐに戻せるのであれば被害は小さいのですが、そうでない場合は被害は大きくなります。

実装が困難であったりコストがかかるパターンほど、慎重にA/Bテストを行ったほうが良いでしょう。

## A/Bテストの方法

Google Optimizeでテストを行いましょう。無料で使用でき、簡単にパターンを作成できます。



テスト案があれば、おおよそ2週間程度で結果を確認することができます。

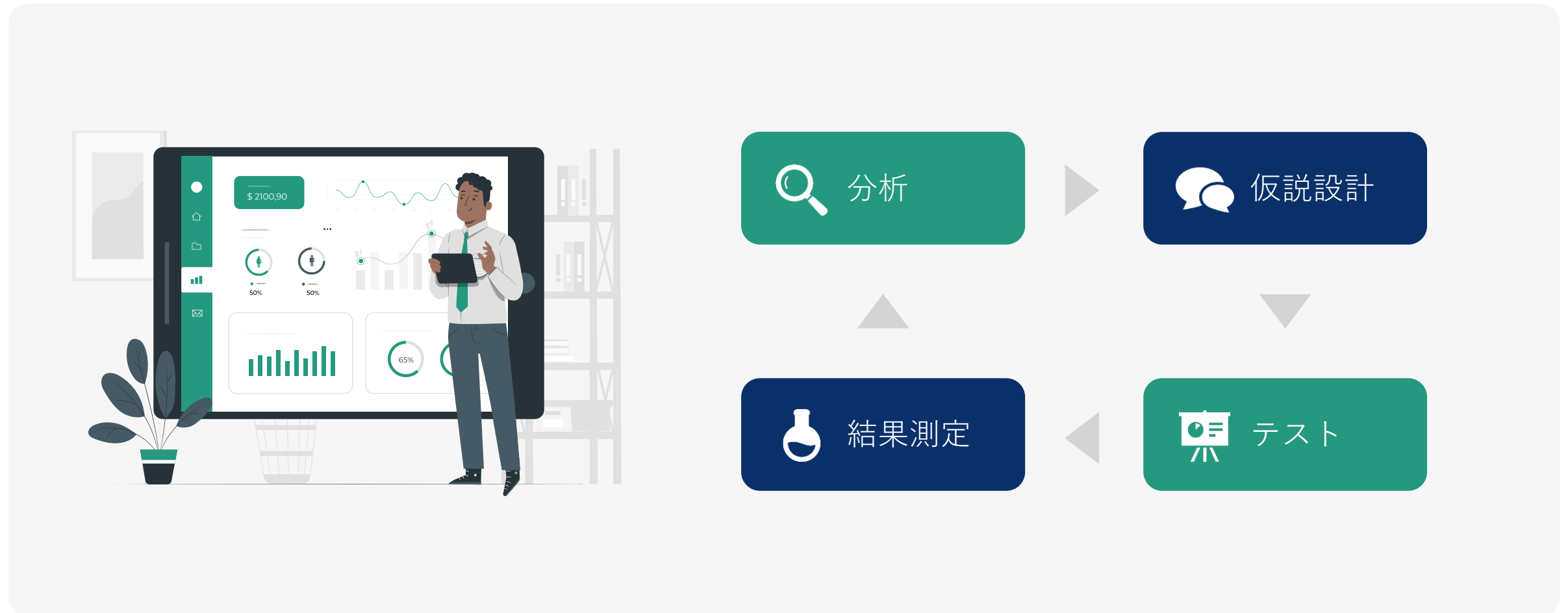
ツールの操作も簡単なので非常におすすめです。

ただし、パターンを作成する時間が無いなど、社内事情的に難しい場合は外注する手もあります。



# CRO(コンバージョン改善) コンサルティングのご紹介

CROとは、Webサイトの成約率（コンバージョン率）を高めるための取り組み



CRO = サイトの全体最適化・EFOを含むコンバージョン改善施策全般のこと

名称	方向性	役割	具体的施策
集客施策	集客	Webサイトの外からユーザーを集める	SEO/広告等
CRO	全体最適化	ユーザーを申し込みフォームへと誘導する	導線改善 CTA改善 クリエイティブ改善 テキスト改善
	EFO (フォーム改善)	フォームへ到達したユーザーを コンバージョンへ導く	項目見直し UI見直し テキスト改善

## 解析・分析に基づくテストを行い、コンバージョンを改善する

### アクセス解析

Googleアナリティクス等の  
ツールでアクセスを解析



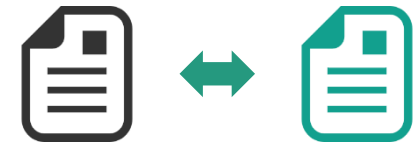
### ヒートマップ分析

ヒートマップツールを導入  
ユーザー行動を解析



### A/Bテスト

仮説に基づいたA/Bテストで  
コンバージョンを改善





# アイオイクスの紹介

## Webサイトの集客改善を支援するWebマーケティング会社

- お客様のWebマーケティングを支援する伴走型Webコンサルティングサービスを提供しています。
- 専門領域は、SEO（検索エンジン最適化）とCRO（コンバージョン改善）です。
- 海外のSEO情報発信メディア『SEO Japan』を10年超に渡って運営しています。
- SEOの考え方が日本に浸透していなかった頃から、20年以上の間SEOサービスを提供してきました。
- SEOで培ったロジカルシンキングと、コンサルタントの幅広い対応力が強みです。



## SEOとCROの2軸からWebを活用した成果の創出を支援いたします



**お問い合わせ**

Webマーケティングに関するご相談やお問い合わせは、以下のフォームよりお願いいたします。

1〜2営業日以内に担当者よりご連絡いたします。

※プロフィール写真はこちらからご選択いただけます。  
※メールアドレスは必須です。メールアドレスは検索機能に紐付けられます。

**お問い合わせ内容 (複数可)**

現在、ご依頼を検討されていることをご選択ください。(仮の内容で構いません。)

- Webマーケティング全般
- SEO (検索エンジン最適化)
- コンバージョン改善 (CRO)
- コンテント制作
- サイトリニューアル
- 広告運用
- その他

**御社名**

アイオイクス株式会社

**御社サイトURL**

http://www.sample.com

**ご担当者様氏名**

山田 太郎

**電話番号**

03-0000-0000

**メールアドレス**

sample@ioix.com

アイオイクスを知ったきっかけを教えてください。

検索エンジンで見つけた

具体的なお問い合わせ内容をご記載ください。

お問い合わせの背景/ご予算/これまでの取り組みなど、必要とある情報がございましたらご記載ください。

**お問い合わせ内容を送信する**

- SEOに取り組んでいるが、成果が出ない
- SEOの方向性に迷っている
- Webサイトの集客力を向上させたい

SEOやコンバージョン改善に関する施策のお問い合わせを承っております。  
ぜひお気軽にご相談ください。

**アイオイクスに話を聞いてみたい**

※クリックすると、お問い合わせフォームにアクセスできます。

SEO Japan



検索



innovation with optimization 💡