

アクセスログ解析のソリューション・ポイント

CXMedia Inc. 2005.9.25 作成

アクセスログ解析の必要性（背景）

主要ロボット型エンジンからの訪問が80%、お気に入りや直接URL入力が20%で、検索エンジン対策『SEO(search Engine Oputomize)』が重要です。

- ・ Google, Yahoo!, MSNの3大エンジン中心に、検索キーワードとページの関連でサイトの見直しが必要。
- ・ Googleのキーワード（ビジネスを表現するもの）の上位100位以内、望むのは20位以内に表示されてアクセスアップしたい。
- ・ Overtureのキーワードアドバンスツール、「タカラ・ぐーまに」サイト利用、Yahoo! Googleの重要キーワード調査の利用できます。

訪問者のサイト内のページビューは、多くて3ページビュー以内、8秒ルール（1ページの滞在時間）であり、目的ページへの誘導方法が適切かの分析ができていないのが現状です。

- ・ 検索エンジンからどんなキーワードでエントリーし、離脱するところのページやルートを辿るパターンは？等

投資効果に分かるアクセスログを取得していないし、最適な解析ツールを利用していない。

（社）日本広告主協会 WEB広告研究会 「企業ホームページ運営状況調査報告書」（2003.12）より

アクセス内容の把握の現状：使用しているホームページの評価指標

- ・ ページビュー（アクセス数）...91.8%
- ・ 訪問者数...68.2%
- ・ メルマガ、会員制度の登録者数...52.7%
- ・ キャンペーン等の応募数...52.7%

ホームページの運営の課題

- ・ サイト効果が見えにくい...77.3%

ROI（投資効果）に分かるアクセスログを取得していないし、最適な解析ツールを利用していない。

ソリューション・ポイント

ユーザー特性：端末情報	どのホームページのアクセス（ページビュー）が多いのか、それはどんな端末でどんな検索エンジン、検索キーワードからのものが多いのか
ルート解析：ルートパターン	ページビューが多いページはどれで、どんなエントリーが多いのか、目的のページへは辿り着いているのか。
ルート解析：検索キーワード、滞在時間	商談や会員登録、問い合わせ等の目的ページへどのようなページを経由してきているのか、どんな検索キーワードで、その滞在時間はどのくらいか
広告サイト・媒体別分析、SEM(Search engine Marketing)	インターネットの広告宣伝サイト（媒体別）の費用対効果はあるのか、PPC（Pay per Click）効果は？
E.コマースの出店効果分析	EC（エレクトロニック コマース）の出店先からのアクセス状況はアップしているのか、どのくらいの商機に結びついて いるのか キャンペーンページの誘導効果を知りたい

WEBマーケティングでは

... WEBマーケティングは、3分野からの検討が必要で、アクセスログ解析の活用が重要

1.WEBサイトのリニューアル

- ・ 経路パターンの見直し...誘導ルートの短縮化
- ・ 滞在時間、検索キーワードからのコンテンツの充実化...ページ制作（キーワードの埋込み他）
- ・ 目的とするページへの誘導パターンのページ制作...目的ルートへのリンクの絞込み

2.SEO対策の3大ポイント

- ・ 適切なコンテンツ量の確保...検索キーワードで引掛かるようなページ制作
...HTML <head>の<meta description>や<meta keyword>の記述内容の見直し
...利用キーワードの上位順の理解とHTML内にキーワードの埋込み
- ・ ブログ的な更新頻度アップの対策
- ・ 被リンク数のアップ（ページランク上位サイトからのリンク）

3.SEM（Search Engine Marketing）実施

- ・ キーワード分析とアフィリエイト・プログラム広告の検討
- ・ スポンサー広告の見直し：PPC（Pay per click）と測定

注）最近の新技术：Blogwatcher...キーワードのPositive,Negative判定できるツール（時系列分析もできる） <http://blogwatcher.pi.titech.ac.jp/>