まだ忍者ツールズをお使いですか?



活用マニュアル

Conversion Upper 購入者 限定特典

著作権について

■規約・契約約款

「Google Analytics 活用マニュアル」(以下、「本商材」と表記)は著作権 法で保護されている著作物です。本商材の使用に際しましては、以下の点にご 注意下さい。

■著作権者の事前許可を得ずして、マニュアルの一部または全部を、あらゆる データ蓄積手段(印刷物、ビデオ、テープレコーダーおよび電子メディア、インターネット等)により複製および転載することを禁じます。

■使用許諾契約書

PDF を開封・閲覧することをもって、あなたはこの契約に同意したことになります。

第1条 目的

この契約書は、本商材に含まれる情報を、本契約に基づきあなたが非独占的に 使用する権利を許諾するものです。

第2条 一般公開の禁止

本商材に含まれる情報は、著作権法および特許法によって保護され、また秘匿 性の高い内容である事を踏まえ、あなたは、その情報を作者との書面による事 前許可を得ずして出版および電子メディアによる配信等により、一般公開並び に転売してはならないものとします。

第3条 契約解除

あなたがこの契約に違反した場合、作者は何の通告もなく、この使用許諾契約 を解除することができるものとします。

第4条 損害賠償

あなたが本契約の第2条の規定に違反した場合、あなたは本契約の解除に関わ らず、直ちに作者に対して、違反金として、違反件数と販売価格を乗じた価格 の10倍の金額を支払うものとします。

CONTENTS

	GOOGLE ANALYTICSの特徴	4
	GOOGLE ANALYTICSの導入と設定	5
	【GOOGLE ANALYTICSの申し込み】	$\dots 5$
	【GOOGLE ANALYTICSの基本設定】	8
	GOOGLE ANALYTICSの基本操作	. 12
	【レポート画面】	. 12
	【ダッシュボードの使い方】	. 13
	【レポートの使い方】	.15
	【期間の使い方】	. 17
	GOOGLE ANALYTICSを利用したWEBマーケティング	. 19
	GOOGLE ANALYTICSを利用したWEBマーケティング	. 19 . 19
	GOOGLE ANALYTICSを利用したWEBマーケティング 【訪問ユーザー数】 【ページビュー】	. 19 . 19 . 19
	GOOGLE ANALYTICSを利用したWEBマーケティング 【訪問ユーザー数】 【ページビュー】 【閲覧時間】	. 19 . 19 . 19 . 20
	GOOGLE ANALYTICSを利用したWEBマーケティング 【訪問ユーザー数】 【 【 ページビュー】 【 【 関覧時間】 【 【 アクセスが集中している時間帯】	. 19 . 19 . 19 . 20 . 20
	GOOGLE ANALYTICSを利用したWEBマーケティング 【訪問ユーザー数】 【切覧時間】 【閲覧時間】 【アクセスが集中している時間帯】 【ユーザーはどのサイトから誘導されているか】	. 19 . 19 . 19 . 20 . 20 . 22
•	GOOGLE ANALYTICSを利用したWEBマーケティング 【訪問ユーザー数】 【ページビュー】 【閲覧時間】 【アクセスが集中している時間帯】 【ユーザーはどのサイトから誘導されているか】 【どの検索エンジンを利用して訪問されたか】	. 19 . 19 . 19 . 20 . 20 . 22 . 22
•	GOOGLE ANALYTICSを利用したWEBマーケティング 【訪問ユーザー数】 【ページビュー】 【閲覧時間】 【アクセスが集中している時間帯】 【ユーザーはどのサイトから誘導されているか】 【どの検索エンジンを利用して訪問されたか】 【キーワードアドバイス】	. 19 . 19 . 20 . 20 . 22 . 22 . 23
•	GOOGLE ANALYTICSを利用したWEBマーケティング 【訪問ユーザー数】 【ページビュー】 【閲覧時間】 【アクセスが集中している時間帯】 【ユーザーはどのサイトから誘導されているか】 【どの検索エンジンを利用して訪問されたか】 【キーワードアドバイス】 【入り口となっているページ】	. 19 . 19 . 19 . 20 . 20 . 22 . 22 . 22 . 23

インターネットビジネスに関わる人にとって、訪問者がどこからあなたのサイトに来たのか、またユーザーがいつどのようにあなたのサイトを訪問したのか を知ることは非常に重要なことと言えます。

これまでアクセス解析ツールといえば忍者ツールズやアクセスアナライザー が一般的でしたが、Google から登場した「Google Analytics」はこれまでにな い高性能アクセス解析ツールとして注目を浴びています。

しかし、その高性能さゆえ「使いこなせない」「どこを見たらいいのか分から ない」という声も多く聞かれます。

このレポートではそんな悩みを解決し、あなたの Web サイトを理想の形に近づけるための手助けとなる Google Analytics 活用方法について説明していきたいと思います。

■Google Analyticsの特徴

Google Analytics は Google が提供する無料で利用できるアクセス解析ツール です。アクセス解析は大きく「サーバーログ型」「パケットキャプチャー型」 「Web ビーコン型」の3つに分類されます。この中で Google Analytics は HTML に専用のタグを埋め込み、そのタグを専用のサーバーで解析する Web ビーコン 型に当てはまります。

Google Analytics は Google アカウントを取得すれば誰でも無料で利用するこ とが可能でアドワーズ広告との連動によるアドワーズ広告の費用対効果も計測 でき、ユーザーのサイト内での移動履歴の確認、どんな検索キーワードを利用 してサイトに訪問したのかなど、ネットビジネスの効率化に必要な様々なデー タを得ることが可能になります。

■ Google Analytics の導入と設定

【Google Analytics の申し込み】

ではまず始めに Google Analytics を利用するための申し込みを行います。

① <u>http://www.google.com/analytics/</u>にアクセスし「今すぐお申し込み」をク

リック	Google Analytics	
	同じ広告費用で、より多くのコンバージ Google Analylics です、キーワードの効果を夏季に分析でき、アドワーズ広告以外のサ	、 ヨンを獲得 オービスでもご刈用いただけます。
	Google Analytics について 高性能なツールを無料で簡単に導入 Scip Are& Jothon V かってどのよう ちけったかなど、必要なあらゆう時種を認識でき ますったしたりを設定を建るの点にやって に盛りに、サイルを図ったが、ひかってなるように に盛りに、サイルの設問ユーザー数を増やすこ とができます。 高い性能と簡単な操作 Coogle では、ウェブ解析ツールはシンブルかつ 高性能なるべきと考えています。Google では、ウェブ解析ツールはシンブルかつ Catalytics は、企業角目の使能を確実ながら6.	Coogle アカウント Google Analytics にログインします メール: パスワード: マ 次回から入力を省略します。 ログイン パスワードをお忘れの方
	たいと考えているあらゆるユーザーが簡単に利用 できたよう設計されています。Google Analytics では、ハイエンドのウェア解析ツールと国際の残酷をご利用いただけます。また、アドワー ズ広告との統合により、時間を静力することができます。	最新情報 Google Analyticsの 風新情報は<u>こちら</u>を
	アドワーズ広告との統合 アドワーズ広告でカウンドをお持ちの場合は、アドワーズ広告のインターフェースから直接 Google Analytics にアクセスできます。Google Analytics はアドワーズ広告の投変収 血変を自動的に電灯できる種一の製品で、費用デークをインボートしたり、キーワードのト ラッキング(特徴を追加する必要) あり見せん、もちろん、Google Analytics では、アドワ ーズ広告以外のあらゆる広告活動を追随できます。	ご覧下払い。 Google Analyticsレポートに新しく Advords のレポート機能が追加されました <u>詳しくはこちら</u> をご覧下込い。 Google Analyticsでアドワーズの.税数順 位を定覧いただけます。詳しくはこちらをご
	無料 Google Analytics は、ウェブ上で品質の高いコンテンツを提供したいと考えている広告 主様やユーザーの皆様に役立てていただけます。この無料マシールを使用により、ウェブ 解析に見無用をわける代わりに、ターケットを収った投変の違いでの主いで、ラティングキャ ンペーンの作成や、サイトのデザインおよびコンテンツの改善に集中することができます。	寬下去。

 すでに Google アカウントをお持ちの方はログイン (Google アカウントをお 持ちでない方はこの画面からアカウントの申し込みをしてください)

Go	ogle Analytics		
同じ Google An	広告費用で、 より多くのコ alytics では、キーワードの効果を簡単に分析でき、アド] ンバージョンを獲得 ワース広告以外のサービスでもご利用いただけま	र्च,
費用は 	無料で、設定も簡単です マーケティングにおいて重要なのは、販売につながる可能性	この高いトラフィックを増やすことです。 アングゴネトサイトロックのコーゼーの行みを発展して知	慶元寺 太(145)
Guogle Ar サイトのデ 費用は無利	laylus とほわすると、資用効果の高いコンプインマーソナ。 ザイン改善に必要な情報を収集し、関連性の高いトラフィック Pで設定も簡単です。今すぐお申込みください。	インジュ 動いり イロイ (ロンエーリーの)1 動と同事にお を集めて、コンバージョンや利益を向上させることがで	グーグルアカウントをお持 ちの方はアドレスとパスワ ードを入力してログイン
グーグルアカウントをお持 ちでない方はこちらから申 し込みをしてください	Boogle アカウントをお持ちでない方はこちらか。 <u>今すぐお申し込みを。</u>	Coogle アカウント Google Analytics にログインします メール: ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	

③ 「アカウントの作成」をクリック

tート ガイド		
ナイトを改善してマーケティングの投資収益率を向上 オンラインマーケティングにおいて重素なのは、販売につながる可能性 Google Analytics を使用すると、使用効果の高いオンラインマーケティ? イン改善に必要な情報を収集し、関連性の高いトラフィックを集めて、エ 費用は無料で設定も簡単です。今ずぐお申込みください。 (アドワーズ広告のアカウントをお持ちでない場合は、ページビュー数は Google Analytics に申し込む Google Analytics に申し込む Google Analytics は簡単な手順で導入できます。使用を開始 するには、[申込み] ボタンをフリックしてください。 アカウントの作成。	の高いトラフィックを増やすことです。 が活動やサイト内でのユーザーの行動を簡単に把握できるほか、サイトのデザ バージョンや利益を向上させることができます。 Rear Date cortests Rear Date cortests	 一般的な質問 Google Analytics はアドワース ますカウントにどのように強立 ますか。 Google Analytics にはどのくら の使用がかかりますか。 Google Analytics の使用による エブサイトへの思想はあります か。 私のGoogle Analytics のデーク は誰がアクセスできますか。

④ 一般情報の入力を行います

a = t · D 4F	
Analytics:新しいアカウントの作成 - 単物格 > 遠端先先時紙 > ユーザー間的に開走 >トラッキング コードを追加 追募するり 小の URL た入力に、Google Analysica のしボートに表示する名前を指定します。故象のウェブ サ 小を追募する場合は、アカウントを設定した後でサ 小を加加 できます。 詳細については、たたち・サイホル・ ウェブ サ 小の URL: アカウント名: マイム ソーンの図または 増払 日本 タイム ソーン: (別か・0200)日本時間	 一般的な質問 ウェブ サ 介 の下 メインを発着して いない場合、Operate An initial 設立するに足となすればよいでき の。 アドワーズ広告また・パペーン実践 行していないウェブ サ 介を追数 できますか。 ウェブ サ 小内の特定のセクション (本)の特定に見かすらしたとうす ばよいですか。 Googen An Anthree の使用による? ・パートの急速はあります。 Googen An Anthree の使用による? ・パートの急速はあります。 M の Googen An Anthree の テーク」 プレー

⑤ 連絡先情報の入力を行います

2-1-15-4F	
Analytics:新しいアカウントの作成 - 原作類、講師先覧報、コーザー超出に開意、トラッキングコードを追加 経済部の 2 (e.g. 127 123-1234) 夏たは地域 (東京) 政行。	- 最めな質問 * <u>Google Anabitics</u> の使用によう エブザ ホト の登録 はあります か。 * <u>N.の Google Anabitics</u> のデータ は適かアクセスできますか。

⑥ Google Analytics サービス利用規約を読み同意の上「はい」にチェック



⑦ トラッキングコードが発行されました

Google Analytics fairhaven98225@gmail.com | <u>ヘルブ</u> | <u>お問い合わせ</u> | <u>ログアウト</u> スタート ガイド Analytics: トラッキング 手順 一般的な質問 一般情報 > 連絡先情報 > ユーザー契約に同意 > トラッキング コードを追加 ウェブ サイトにトラッキング コード を追加するにはどうすればよいで すか。 追跡するすべてのウェブ ページに、次 のコード ブロックをコピーします。 温爾するは、くのシュイ・ハントイントントレージョン・ロンクをコピーし、追加する各ページのコンテンツの最後の部分にある «/body» なびの直前にコード そのボックスをクリックして、コード全体を選択します。コードをコピーし、追加する各ページのコンテンツの最後の部分にある «/body» なびの直前にコード セグメントを貼り付けます。 インクルードまたはテンプレートを共有している場合は、これらのファイルのいずれかに挿入します。 トラッキング コードがページに正 しく設定 されているかどうかを確 認するにはどうすればよいです か。 <script src="http://www.google-analytics.com/urchin.js" type="text/javascript トラッキング コードを追加してから レポート データが表示されるまで には、どのくらい時間 がかかりま すか。 urchinTracker(); script> **ウェブ サイトの管理者でない場合はどうすればよいですか。**上記のコードと手順を技術担当者またはウェブ サイトの管理者にメールで連 給します。トラッキング コードをウェブ サイトに追加したら、[Analytics 設定] ページで [ステータスを確認]をクリックして、ウェブ サイトの追勝 と データ収集 の状況を確認します。 0 菽行 »

- 【トラッキングの設定】
- ① トラッキングコードをコピーします
- アクセス解析したい HTML ファイルのソースにトラッキングコードを張り 付けます。
- ③ 「続行」ボタンを押して Analytics 設定画面に進みます
- ※ アクセス解析したいページがたくさんある場合、ーページずつ開いてコピペ していては時間がかかりますので、DreamWeaver などのエディターソフトに ある「置換」機能を使ってタグを一斉に書き換えると便利です。

【Google Analyticsの基本設定】

Analytics 設定画面

こちらが、ログイン後最初に表示される画面になります。

								~ ~	iony a c
`	ター ケットユー t Google Analytics AdWords の詳細	Fー のトラフ + と AdWords 情報を教えて	(ックを促進 を併用する) <u>(ください。</u>	しましょう。 と非常に効果的で <u>Analytics と AdW</u>	す。 'ords を統合する	こはどうすれに	<u>まよいですか。</u>		
•	ウェブ サ イトの ウェブ サ イトのホ ウェブ サ イトにト	ト ラッキング ームページに ラッキング コ・	の確認 が完 エトラッキング ードを追加 す	了していません (コードが正しく追 る手順も確認でき	: gochisousama は加されているかと きます。	see saa.net/ どうかを確認す	するには、[ステータスを	確認]をクリックします。 [ステ -
	ステータス								
	75-82								
t ics 副 ージでは できます	ステータス 教定 - ま、ウェブ サイトの: た。	と モジ (<u>Analy</u>) プロファイルを	iics アカウン 管理したり、	<u>トを編集)</u> カスタム フィルタ	!や定義済みのフ	ィルタを作成し	ったり、Analytics レポー	トへのアクセスを管理する	
tics 副 - ジでは できます 「サイト	ステータス 役定 - は、ウェブ サイトの: 「。 トのプロファイル	と 電影 (<u>Analyi</u> プロファイルを	ics アカウン 管理したり、	<u>トを編集)</u> カスタム フィルタ	や定義済みのフ	ィルタを作成し	たり、Analytics レボー	トへのアクセスを管理する + <u>プロファイルを追加</u>	
tics 副 - ジでは できます ひっれ	ステータス 設定 - ま、ウェブ サイトの? ドのブロファイル 《前へ 1-1/1 3	を電話 (<u>Analyi</u> プロファイルを てへ ≫	<u>iics アカウン</u> 管理したり、	<u>トを編集</u>) カスタム フィルタ	や定義済みのフ 表示 10 ▼	ィルタを作成し 検索	したり、Analytics レポー	トへのアクセスを管理する + <u>プロファイルを追加</u> プロファイルの割	
tics 副 - ジでは できます イサイト ・	ステータス 後定 - は、ウェブ サイトの? トのプロファイル 《前へ 1-1/1 3	(<u>Analyi</u> プロファイルを てへ >>	ics アカウン 管理したり、	<u>トを編集</u>) カスタム フィルタ レ ポート	?や定義済みのフ 表示 10 ¥ 設定	イルタを作成し 検索	たり、Analytics レポー ① ① ③ 3元 ダス	トへのアクセスを管理する + <u>プロファイルを追加</u> - プロファイルの話	りません

<u>アクセス マネージャ</u>	<u>フィルタ マネージャ</u>
ユーザー 致 : 1. Analytics のレポートとレポート設定へのアクセスを許 可するユーザーを追加してください。 <u>詳細 については、こちらをご覧く</u> <u>ださい。</u>	フィルタ数:0.フィルタを作成すると、レポートに特定の訪問数やクリック数を表示または非表示、あるいは動的な URLを変換してわかりや すい形式でレポートに表示するなどのことができます。詳細について は、こちらをご覧ください。

【Google Analyticsの基本設定】

プロファイルの設定画面

0	ogle Analytics	5			fairhaven982	25@gmaiLo	om <u>アカウント</u>	ヘルプ お話	<u> 肌い合わせ ログアウト</u>	
tics	愛定 <u>レポートビュー</u> goonisous	amaseesaanet					Anal	vics アカウント	seesaaガルメ 💟	
fics a	<u>②定</u> > プロファイル 設定									
17	ァイル設定: gochisou sam	a.seesaa.net/								
		Logit Constant			🙂 不明なトラッ	キングです(ステータスを確認)	一般的な」	基本的なプロ	コファ
(1)	のウェブ サイト ブロファイル皆	報					编集	4-707-	ショールウナイロ	. + 4
ウェブ	ˈታብ፦の URL:		go chiso us a ma :	eesaa net				1313	ル設定を行い	` *
デフォ	ルトのページ:							 目標を設 		
214	、ゾーンの国または地域		日本					1.12.44	<u>~</u>	
276	マーン:		(GMT+09:00)日	本時間				 <u>目標はに</u> か。 	くつまで設定できます	
untL ⊐⊽	シエリ ハマスーダ包括外: ゲース ウェブ サイト・		ปปาสั					· 7/1.01	け何ですか。	
■1、	57 9±9 9 m .		USFIL (USD S					- 1 #-bi		
×-	-ト ダッシュボード :		経営層、マーケラ	イング担当者、ウェブマスター				外するに	はどうすればよいです	
<i>.#</i> -	-トのカテ ゴリ:		マーケティングの	最適化,コンテンツの最適化				<u>D</u> 2.		
1	目標名 (目標が設定されていません)	URL			有刘	な目標 オフ	設定 <u>編集</u>		ます	
2	(目標が設定されていません)					17	編集			
3	(目標が設定されていません)					त्र) ।	編集			
	(目標が設定されていません)					47	細乐			
87	ァイル に適用したフィルタ 😡						フィルタを追加		フィルタの設	定を
	フィルタ名			フィルタの種類		設定	削除		行います	
héh đ	タは設定されていません。フ な URLを変換してわかりやすい?	イルタを作成すると、レポー 形式でレポートに表示する。	トから特定のサイトへの ことができます。詳細日)訪問教 やクリック教 想給外したり、条件 こついては、こちらをご覧くたさい。	+に-致する訪問数や	フリック数の	みを含めたり、			
н	コーザーのメールマドレフ		氏文	コーザー タイプ	売中	Liff-b	<u>マクセス 副校</u>		ユーザーのフ	アクイ
	tairhaven98225@gmail.com		佐藤 彰紀	4 9 317	編集	レポート	アクセス 削除	-	ス設定を行し	いまで
2	「アカウント管理者]は、アカウ: セス マネージャ] から削除する	ントにある すべての レポー! 5必要があります。	・やプロファイルにアク・	とスできます。 (アカウントの管理者)の	アクセス権を解除する	こは、そのユ	ーザーを <mark>ア</mark> ク			

- ① プロファイルの基本設定
 - プロファイル名を入力・・・レポートページで表示されるので分かりや すい名前を入力します。
 - ・ ウェブサイトの URL・・・あなたのサイトの URL
 - ・ デフォルトのページ・・・通常は index. html となります
 - URL クエリパラメータを除外・・・ここで入力されたパラメータは解析から除外されます。
 - eコマースウェブサイト・・・該当する場合は「はい」を選択します。
 - 通貨・・・使用する通貨と小数点以下何桁まで表示かを選択します。コン バージョンに関係しますので「日本円」を選びます。
 - 利用できるレポート・・・「レポートダッシュ」と「レポートカテゴリ」
 を設定します。レポートダッシュは必要なものにチェックをいれ、一
 番使うものデフォルトに設定します。レポートカテゴリは両方を選択しておいたほうが便利です。

ytics 設定 <u>レポートビュー</u> !	gochisousama.seesaa.net/		Analytics アカウント seesaaグルメ
MUCS 該定 > <u>ノロリアイル 該定</u> · ブロファイル 情報を編集	> ノロノア1 ル 该報で編集		
ブロファイル名: ウェブ サイトの URL:		۱/: http://www.mysite.com/)	 一般的な質問 ブロファイルとは何ですか。どの ように使用しますか。 目標値になってースの実際の(
デフォルトのページ 😰	(19	ij: index.html)	を使用するにはどうすればよいですか。
タイム ゾーンの国または地域: タイム ゾーン:	日本 V (GMT+09:00)日本時間		 ユーザーが特定のドメインやレ ートにのみアクセスできるようま 限するにはどうすればよいです か。
URL クエリ パラメータを除外:	(15	リ: sid、sessionid、vidなど)	・ レポートのタイム ゾーンを設定 るにはどうすればよいですか。
e コマース ウェブ サイト:	○ はい ④ いいえ		
通貨:	USドル (USD \$) 小数点 ③ 金額の前に通貨記号を表示 ③ 金額の後に通貨記号を表示	2 💟	
利用できるレポート:	レポートダッシュボード 「経営層 ・ デフォルト 「マーケティング担当者 。 デフォルト 「ウェブマスター 。 デフォルト	レポートのカテゴリ ビマーケティングの最適化 ビコンテンツの最適化 □ e コマース分析 ②	

2 目標の設定

資料請求のページや問い合わせフォームなど、ユーザーのアクションを期待 するページを設定して、そのページを目標として設定します。 そのページにたどり着くまでにユーザーがどのようなルートをたどってき たを分析することでより良いサイト作りが可能になります

「プロファイルの設定画面」→「コンバージョン目標と目標達成プロセス」 →「編集」をクリックして目標編集画面を開きます。 目標は4つまで設定可能です。

<目標情報を入力>

- ・ 目標 URL…ここに入力したページに到達した時点で目標達成となりま す。ファイル名までしっかりと入力します。
- 目標名・・・レポートに表示される名前になりますのでわかりやすいものにします。
- 有効な目標・・・「オン」を選択
- <目標ステップ設定手順>
- ステップを定義・・・設定した目標ページに到達するまでのステップ(通 過するページ)を定義すること可能ですので必要に応じて入力してく ださい。
- 目標・・・自動的に入力されます

「変更を保存」を押して設定が完了します

目標編集画面

Google Ana	lytics	n アカウン	と ヘルブ お問い合わせ ログアウト
Analytics 設定 <u>レポートビュー</u>	gochisousama.seesaa.net/	A	nalytics アカウント seesaaグルメ
<u>Analytics 設定 > プロファイル設定</u>	>目標設定		
目標設定: G1			
目標情報を入力			一般的な質問
目標 URL: このページに到 す。	」 J達したユーザーは、清算手続き完了や登録	例: http://www.mysite.com/thankyou.html) み確認などのコンバージョン目標を達成したことになりま	 目標を設定するにはどうすればよ いですか。
目標名: 目標名はコンパ	「ージョン レポートに表示されます。	「買い物終了画面」など分 かりやすい名前を入力	日気到達フロゼンとは何ですか。 日気までの各ページの放棄率を 追跡するにはどうすればよいです か。
有効な目標: ④オン 〇才:	7.		 ・ <u>目標値に e コマースの実際の値</u> <u>を使用するにはどうすればよいで</u>
目標到達プロセスを定義 (オ	プション)		<u>9か。</u> アドワーズ広告のコンバージョン
到達プロセスとは、目標 URLI: ば、購入を完了するまでの清算 合、到達プロセスには各製品の 使用する最後の数ページのみを 目標到達プロセスのナビゲーシ る訪問ユーザーの行動を追踪で	-到達するまでの一連のページを表します。 手続きを到達プロセスとして設定できます。 ページではなく、すべてのトランザクション 含めます。 ョンレポートでは、コンバージョン達成プロ きます。	たとえ この場 で共通して 2スにあけ	 ロンデンスC GOODE ANAMICS の違いは何ですか。 コンパージョン目標にはどのよう なものがありますか。 Google Analytics でサード パー ティのショッピング カートを追踪す るにはどうすればよいですか。
URL	名前		 <u>サイトで動的に生成されたページ</u> を使用している場合、目標到達
ステップ 1		□ 必要な手順	<u> プロセスと目標を設定するにはど</u> うすればよいですか。
ステップ 2			
ステップ 3			
ステップ 4			
ステップ 5			
ステップ 6			
ステップ 7			
ステップ 8			
ステップ 9			
ステップ 10			
目標 (上を参照)			
詳編設定 大文字と小文字の区別 □ 訪問	した URLの大文字と小文字を正確に入力	する必要があります。	I
一致タイプ 語見	頁一致 💟		
目標値	値に e コマースの実際の値を使用するには	どうすればよいですか。	
変更を保存 キャンセノ	<u>k</u>	_	1
	©2006 Google - <u>Analvtics ホール</u>	₄ - ブライバシー ポリシー - お問い合わせ - <u>Analytics Bloc</u>	4

■ Google Analytics の基本操作

導入と設定が完了したら、いよいよ、それぞれのレポートを表示してみましょ う

【レポート画面】

「Google Analytics トップページ」→「ログイン」→ご覧になりたいプロファ イルの「レポートビュー」を選択します。

「ダッシュボード」は選択したプロファイルの概要を見るときに使用します。 「すべてのレポート」はより詳しい個別のレポートを見るときに使用します。



【ダッシュボードの使い方】

「経営者」「マーケティング担当」「ウェブマスター」それぞれに必要なデー タの概要を見ることができます。



	上位5のソース	訪問麩	%±	目標 1/訪問動	%±	目標 2/訪問動	%±
1.	(den werdt)	141	1 28%	0.71%	1 00%	0.71%	+-74%
2.	informies not	36	+ -47%	0.00%	- 0%	2.78%	1 00%
3.	MMC4.9	27	† 50%	3.70%	1 00%	3.70%	1 00%
4.	propie	14	+-39%	0.00%	-0%	0.00%	- 0%
5.	muuminili peessa tet	11	1 450%	0.00%	- 0%	0.00%	+-100%
	上位5のキーワード	訪問麩	%±	目標 1/訪問表	%±	目標 2/訪問翡	%±
1.	104	2	† 100%	0.00%	- 0%	0.00%	- 0%
2.	112.8.6	2	1 00%	0.00%	- 0%	0.00%	- 0%
3.	403-67985	1	100%	0.00%	-0%	0.00%	- 0%
4.	あてお中年四	1	1 00%	0.00%	- 0%	0.00%	- 0%
5.	20306484	1	100%	0.00%	- 0%	0.00%	- 0%
	上位5のキャンペーン	訪問麩	%±	目標 1/訪問表	%±	目標 2/訪問表	%±
1.	(direct)	141	† 28%	0.71%	1 00%	0.71%	+-74%
2.	(referral)	128	+-14%	0.78%	1 6%	2.34%	1 249%
3.	(organic)	30	+-12%	0.00%	+-100%	0.00%	- 0%

どのサイトから誘導されたか、どんなキーワードで訪問したかのデータとその 上昇率を前1週間とを比較したもの

ダッシュボード						
▼ 表示	経営層	\checkmark				
- 経営層	向けの概要					
-コンバ	ージョンの概要					
-マーケ	ティングの概要					
-コンテン	ンツの概要 ――					
-サイト.	上のデータ表示					

ц	ンテンツの概要	,			エクスポ	፡-ኑ 🖬 🔮 🖗	S 🖨
						2007/03/05 -	2007/03/11
5555	上位5の閲覧開始ページ	閲覧開始数	%±	直帰数	%±	直帰率	%±
1.	Andex2 Mml	271	1 2%	223	1 3%	82.29%	+-8%
2.	Tigwa-COPIc/CEghOy/MPLxDvj87-MV	18	+-51%	18	+-42%	100.00%	1 9%
З.	r.	6	+-25%	6	1 200%	100.00%	1 300%
4.	dhanko.Mmi	4	- 0%	3	- 0%	75.00%	- 0%
5.	Interactivity can be killed - Marchi officers	0	+-100%	0	+-100%	0.00%	+-100%
	上位5の離脱ページ	離脱数	%±	ページビュー	%±	凝脱率	%±
1.	drobe(2)/ded	270	1 1%	340	1 21%	79.41%	+-9%
2.	Pppd+CEPicICEpiOyMAFLACI@Tel2	18	+-51%	18	+-58%	100.00%	1 6%
3.	č	6	↓ -14%	9	+-44%	66.67%	† 52%
4.	dranks.teri	4	- 0%	6	+-14%	66.67%	17%
5.	ilisidea.Missi	1	1 00%	2	1 00%	50.00%	1 00%
	上位5のコンテンツ	訪問麩	%±	ページビュー	%±	平均閲覧時間	%±
1.	Inded html	271	1 0%	340	1 21 %	00:03:24	† 7%
2.	rtysa-correctigecy/LPL-stage1-sta	18	+-51%	18	+-58%	00:00:00	+-100%
3.	6	8	- 0%	9	+-44%	00:02:29	† 94%
4.	dhanks.Mml	4	- 0%	6	+-14%	00:00:10	+-88%
5.	0-12_01040417040	2	- 0%	2	+-50%	00:00:09	† 50%

どのページが入り口になっているか、どのページで出て行ったか等のデータと その上昇率を前1週間と比較したもの



コンバージョンの概要			エクスポート 🖬 🔮 📗 🚔			
		2007/03/02 - 2007/03/				
1000	目標のコンバージョン	訪問麩	%±	コンバージョ: %±	[·····	
1.	訪問数	265	+-26%	100% — 0%		
2.	目標 1:リストゲット	2	1 00%	<1% 🕈 172%		
З.	目標 2:購入完了ダウンロード	1	+-80%	<1% 🕹 -73%		

目標設定をした場合の目標ページへの訪問率

【レポートの使い方】

「すべてのレポート」をクリックすると円グラフか棒グラフによるより詳しい データを表示できます。「経営者」「マーケティング担当」「ウェブマスター」 それぞれに必要なデータの概要を見ることができます。





レポート表示の例2(上位の離脱ページ)

)確肌ペーン		エクン	スポート 🎞 🦉	a 🖳	😑 🕝
				7 2007	7/03/05 - 2	007/03/11
前へ	«1-5 5» 次へ 表示 1 10 💌 フィルタ	•		グラフの列	離脱数	~
	上位の離脱ページ			G	.]
	90.30%	6.02%	Adaptive Adaptive Adaptive	ind ind pristing phoyens if ind		
						-
	上位の離脱ページ		▼ 羅脱 数	すべて東示 す ページビュー	ペて非表示 *養	 凝脱率
⊗ 1.	上位の離脱ページ		▼ 新脱数 270	すべて表示 す ページビュー 3	ペて非表示 • 表 40	離脱率 79.41%
1.2.	上位の離脱ページ Make2.164 .Ayalac2.1940Calgr.cymartacophrolepta.aco		▼ 離脱数 270 18	すべて表示 す ページビュー 3	<u>ペで非表示</u> -夏 40 18	離脱率 79.41% 100.00%
 1. 2. 3. 	上位の離脱ペッジ Massd real Agained Photony cyrtarturbior of Aphiliano /		▼ 離脱数 270 18 6	すべて東示 す ページビュ ー 3	ペ て非 衰示 - 長 40 18 9	離脱車 79.41% 100.00% 66.67%
 1. 2. 3. 4. 	上位の離脱ページ index176m Anglabra1Photolignoy/10FLaOigh-648(08,480) / Januarianimi		▼ 離脱数 270 18 6 4	すべて東京 す ページ ビュー 3	<u>べて非表示</u> ◆養 40 18 9 6	離股率 79.41% 100.00% 66.67% 66.67%
 1. 2. 3. 4. 5. 	上位の離脱ペッジ Analest Tele Analest Tele Analest Tele / Jamies Mini Addec Mini		▼ 離脱数 270 18 6 4 1	<u>まべて表示</u> ページビュー 3	ペて非要示 - 養 40 18 9 6 2	

【期間の使い方】

Google Analytics のレポートでは見たいレポートの期間指定に加え、2つの 期間を比較することができます。また、日別、時間別、月別の期間設定も可能 です。

く表示単位の設定>



<2つの期間の比較>



■ Google Analytics を利用した WEB マーケティング

ここでは、Google Analytics を利用して表示する各種データを分析することで把握できるマーケティング分析の方法について説明いたします。

【訪問ユーザー数】



このレポートには「1日の訪問ユーザー数」と「新規訪問ユーザー数」のグラ フが表示されます。

ここでいう「訪問ユーザー数」とはユニークの訪問者数を意味しています。

あなたのサイトを訪れたユーザーのうち、新規ユーザーがどれくらいいるかを 理解することができます。

また、「新規訪問ユーザー数」グラフで見たい日にちをクリックすると、その 日の新規ユーザーの割合がパーセント(%)で表示されます

【ページビュー】



「ページビュー」はページが何ページ見られたかを示す指標となります。あな たのサイトのいくつのページを訪問しているのかを理解することができます。 ページビューが多いことがそのままサイトの人気をあらわしていることとは限 らず、目的のページになかなかたどり着けなかっただけ、という可能性もあり ますので注意が必要です 【閲覧時間】



このレポートはあなたのサイトを訪問したユーザーがあなたのサイトにどれ だけ長い時間滞在したのかを示しています。

訪問ユーザー数やページビューに加え、重要な指標のひとつとなります。



【アクセスが集中している時間帯】

アクセスが多い曜日は把握していても、それが何時ごろにピークを迎えるかと いうことに関してまで把握していることは少ないと思います。このレポートで はユーザーがあなたのサイトを訪問する時間帯のピークを知ることができるの で、サイトのメンテナンス時間やコンテンツ更新といった作業にあてるべき時 間を把握するのに役立ちます。

デフォルトの期間表示は「日別」になっているので「時間別」に切り替えます。 この状態で「曜日」をクリックすると特定の曜日の時間帯別アクセス数も調べ ることが可能になります。







【ユーザーはどのサイトから誘導されているか】 【どの検索エンジンを利用して訪問されたか】



このレポートのリストにある[referral]はあなたのサイトにリンクをはって くれているサイトからの訪問をしめしています。好意的なリンクもありますが、 中には批判的なコメントとともにリンクを張られていることもありますのでそ れらを把握することも可能になります。

[organic]は検索エンジンの結果画面からの訪問を示しています。どの検索エンジンに上位表示されているかを把握することにより、どの検索エンジンへの SEO対策が有効なのかを把握する手段としても利用可能になります。

なおリスト中の[none]はブラウザーのアドレスバーへ直接入力、またはブック マークからのアクセスを示しています。

【どんな検索キーワードが使われているか】



このレポートではあなたのサイトを訪問したユーザーがどのキーワードで検 索をした結果訪問したのかを知ることができます。期待するキーワードでのア クセスがきちんとあるか、また、予想していなかったキーワードが存在してい るのかといった、サイト運用上重要な指標となるデータを調べることが可能に なります。 【キーワードアドバイス】



このレポートはリスティング広告に出稿しているキーワード以外に、ユーザー があなたの Web サイトを訪問するきっかけとなっているキーワードを示してい ます。訪問数やページビュー数をキーワードごとに比較することによって、こ れまでリスティング広告に出稿していなかったけれども効果がありそうなキー ワードを確認することができます。

【入り口となっているページ】



このレポートは「閲覧開始ページの直帰率」となっていますが、どのページが 最初にアクセスされるページなっているかを知るのに役立ちます。レポート中 のリストにある「/」はいわゆるトップページを示しています。

トップページ以外で入り口になっているページを把握することで本当に見て 欲しいページを改善するのに役立てることができます。

【ユーザーの PC 環境】



このレポートではユーザーが使用している OS とブラウザーを知ることができます。ユーザーの実態に合わせて新しい OS への対応をどうするのか判断するのに役立ちます。

ブラウザとブラットフォーム		エク	😑 🎧	
		faarin.	reason" 2003030.	2007 BORN
<u>前へ</u> く	<1-10 19 » 次へ 表示 1 10 💌 フィルタ 🕀			
	ブラウザとブラッナフォーム		FG	
	5.98%	Jobt - Joh Joh JobInternet Explorer 6.0 - WindoInternet Explorer 7.0 - WindoInternet Explorer 6.0 - WindoFirefox 2.0.0.2 - Windows XPInternet Explorer 6.0 - WindoSafari 312.6 - Macintosh PP(Internet Explorer 7.0 - WindoInternet Explorer 5.5 - WindoInternet Explorer 5.0 - WindoWindoFirefox 1.5.0.10 - Windows X(other)		
			すべて表示 すべて非非	a
	ブラウザ・ブラットフォーム		▼ 訪問数	比率
🔕 1.	Internet Explorer 6.0 - Windows XP		227	75.42%
🔕 2.	Internet Explorer 7.0 - Windows XP		21	6.98%
🔕 3.	Internet Explorer 6.0 - Windows 2000		13	4.32%
🔕 4.	Firefox 2.0.0.2 - Windows XP		7	2.33%
⊗ 5.	Internet Explorer 6.0 - Windows 98		6	1.99%
🔕 6.	Safari 312.6 - Macintosh PPC		5	1.66%
🔕 7.	Internet Explorer 7.0 - Windows Vista		3	1.00%
🔕 8.	Internet Explorer 5.5 - Windows 98		2	0.66%
🔕 9.	Internet Explorer 5.01 - Windows 98		2	0.66%
🔕 10.	Firefox 1.5.0.10 - Windows XP		2	0.66%
		合計:	301	100%