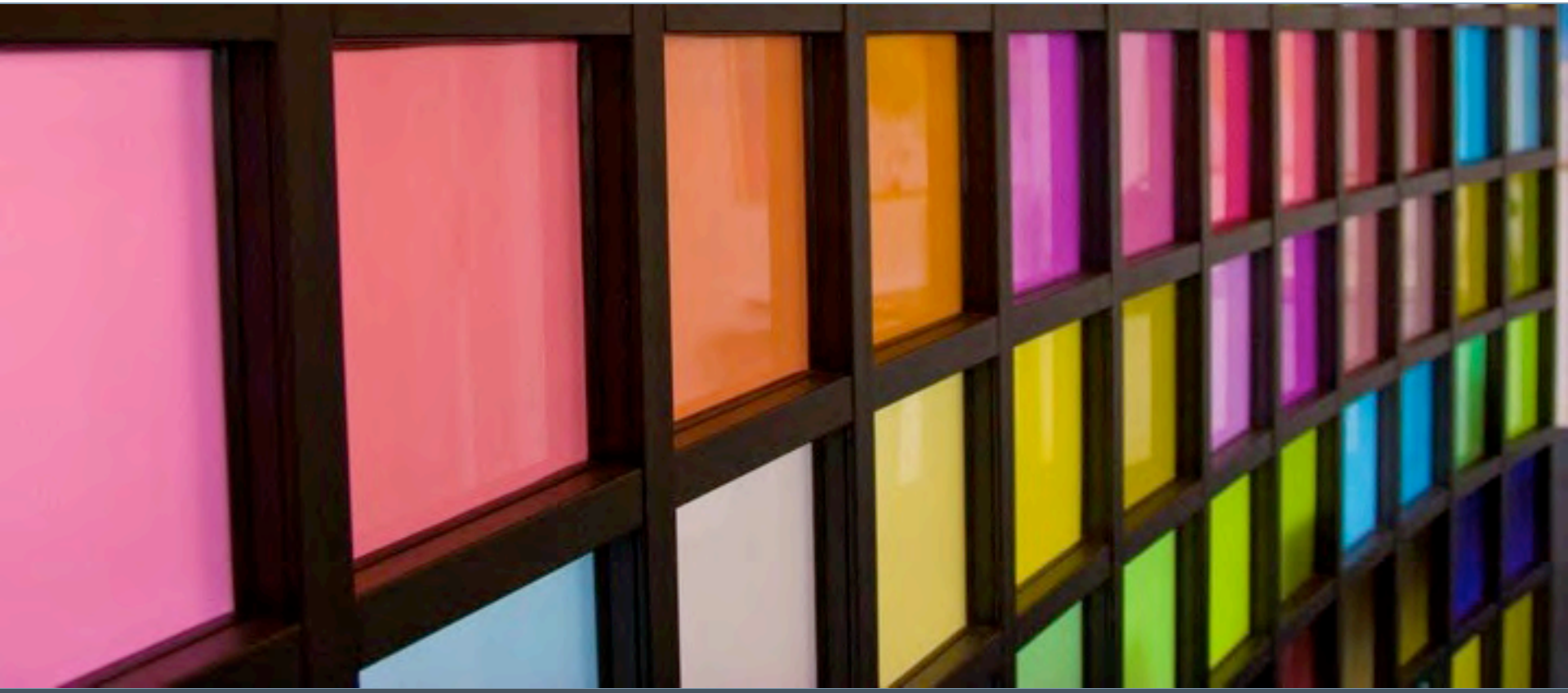
解析しないと！



© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

by pylypenko
解析
したい

まず最初に…

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

#ankwa

Rule

- Inputだけでなく**Output**！
- Twitterでどんどん**Tsuda**る！（#ankwa）
- あとは**楽しんで**ください！

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

本編に入る前に…

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

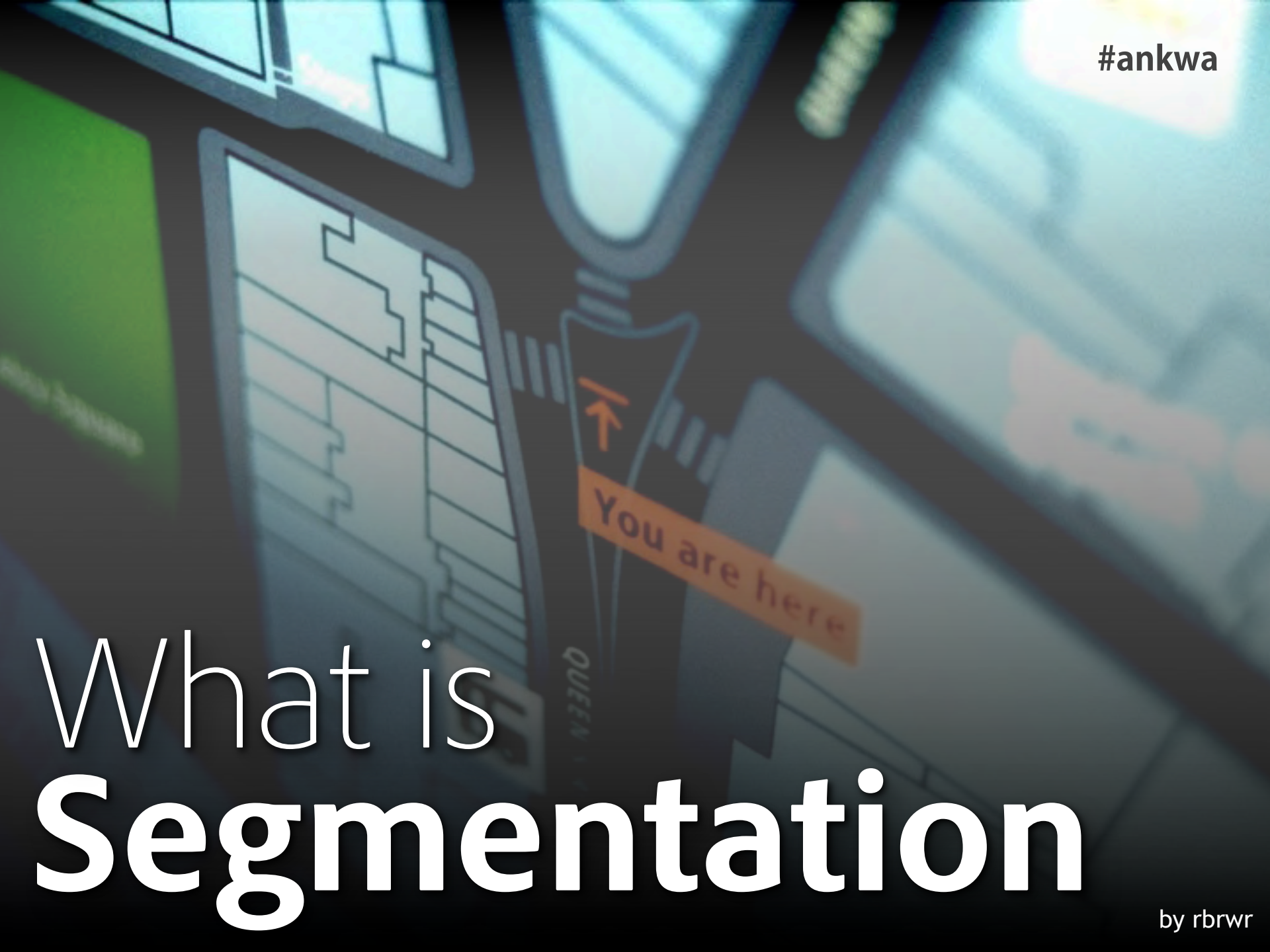
本日、ご協力頂いてる
SINAP様に感謝！！！

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Agenda

- 色んなセグメントしないと！（安西）
- 携帯でセグメントしないと！（小沢）
- ターゲティングでセグメントしないと！（森田）

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.



What is **Segmentation**

by rbrwr

オンラインビジネスの**ポテンシャル**を**最大化**すること

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

この情報を見に来た人もいれば、あの情報を見に来た人もいるはず。
モレなく必要な情報を見せたい。

そもそもどこからサイトを改善して良いかわからない。

流入キーワード全ての対策なんて、多すぎて考えていられない。

—押しの商品が必要な人はどのくらいいるの？

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Why

- **より細かいアプローチ**への対応
- **適切な**コンテンツへの**誘導**
- **シンプルに考える**ことができる

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Step

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Adobe

Define

セグメント発見

セグメント設定

Step

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Adobe

Define

セグメント発見

セグメント設定

アプローチ改善

動線・機能改善

Approach

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Gap

- **Gapがないと**セグメントを**分ける意味がない**。
- サイト動線の違い
- 訴求内容・メッセージの違い

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

サイトあんけい商店

- 流入：10000件
- コンバージョン100件
- コンバージョン率：1%

例

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

サイトあんけい商店

・流入：10000件
・コンバージョン100件
・コンバージョン率：1%

コンバージョン率内訳

・Seg. A：2.00%（流入：2000件）
・Seg. B：0.75%（流入：8000件）

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

サイトあんけい商店

- 流入：10000件
- コンバージョン100件
- コンバージョン率：1%

コンバージョン率内訳

- Seg. A：2.00%（流入：2000件）
- Seg. B：0.75%（流入：8000件）

コンバージョンが良いので流入を増やしてみる

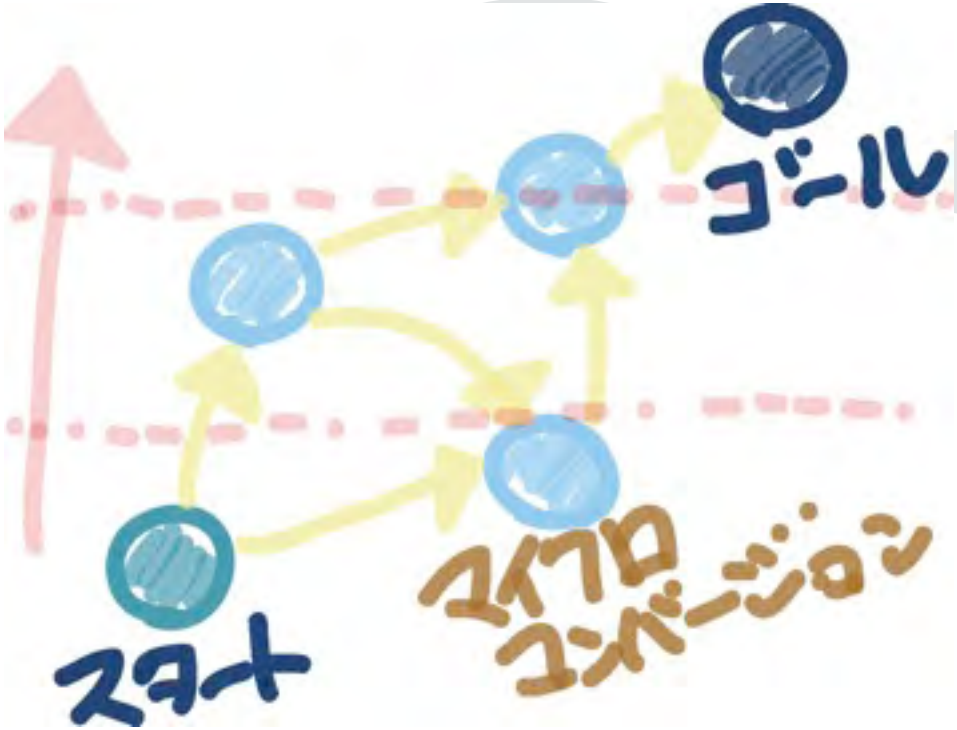
コンバージョンが悪いのでサイト内部を改善してみる

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Grow up

- **成長する**セグメント、**成長しない**セグメント
  - デモグラフィックやジオグラフィックは成長しない
  - ロイヤリティや会員ステータスは成長する

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.



- **成長する**セグメント、**成長しない**セグメント
  - デモグラフィックやジオグラフィックは成長しない
  - ロイヤリティや会員ステータスは成長する

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

KISS

Keep It Simple...

- とはいえ沢山のセグメントを作っても**混乱するだけ**
- **大きな規模、大きな違い**があるところを狙う
- 細かな違いは、大きなところを対応できてから

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Adobe

ankwa

セグメントの切り口を作る

by Darwin Bell

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

入口×行動

- 参照元
- 流入キーワード
- ランディングページ

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

内部改行動

- 参照したコンテンツ
- よく利用する機能

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

関与×行動

- フェーズ（検討段階／購入段階）
- 来訪回数
- 購入回数

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

会員属性

- 会員・非会員
- 会員ステータス

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

属性

Others×

- デモグラフィック（人工統計的特性）
- ジオグラフィック（地理特性）
- サイコグラフィック（心理特性）

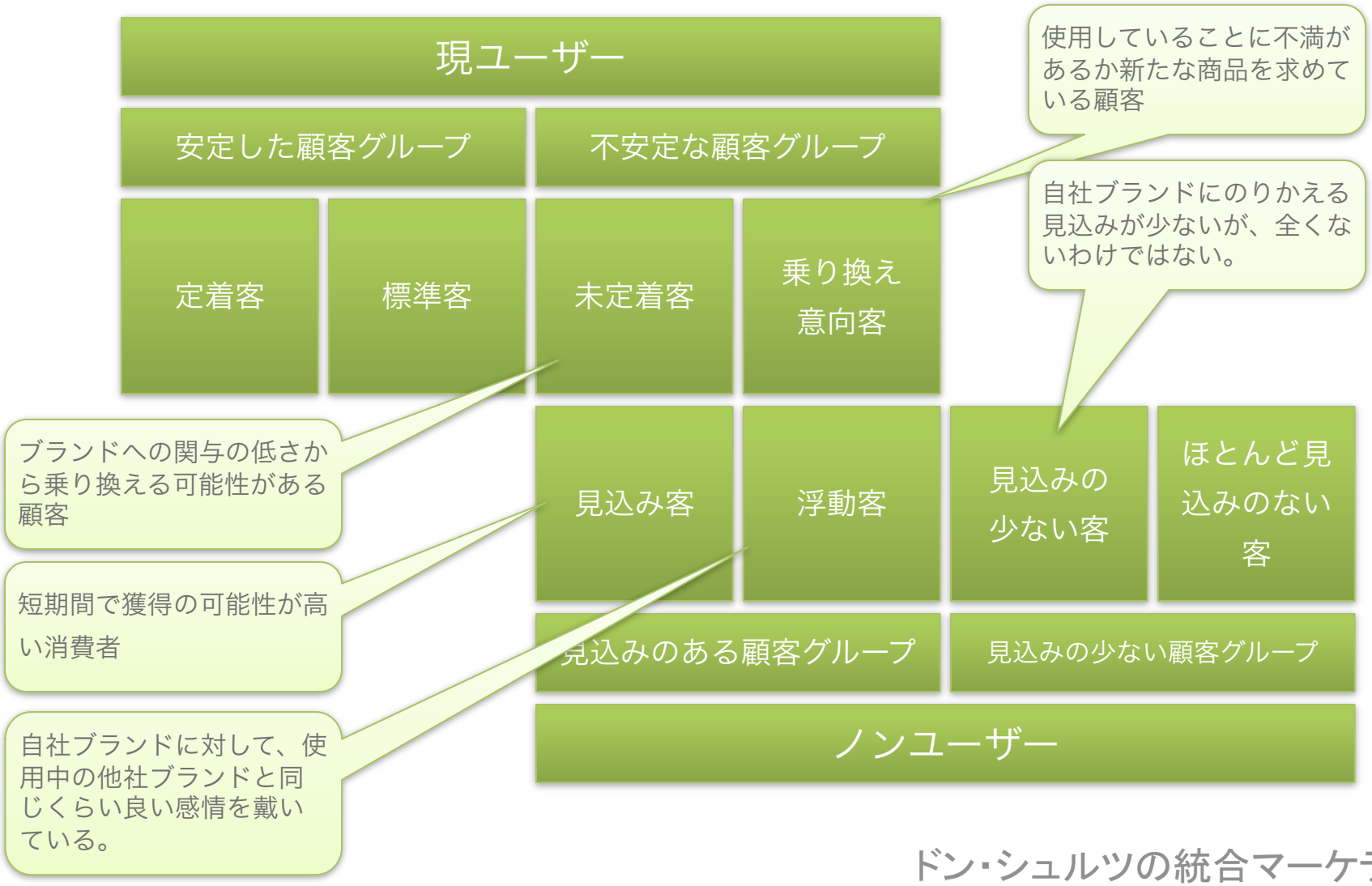
© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

創る

- セグメント分けがしやすい構造を創る。
- 踏み絵方式
- アンケート

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

IMCによるコンバージョンモデル



ドン・シュルツの統合マーケティング

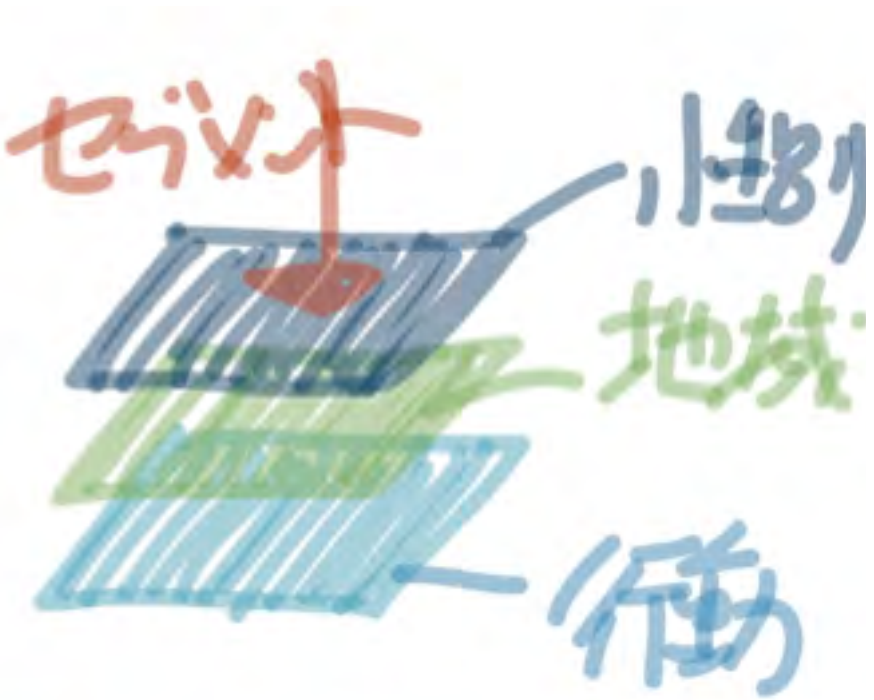
© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

IMCによるコンバージョンモデル

- セグメント構造の考え方の１つとして。
- 解析でこの区分けを作るのは難しい（っぽいは可）。

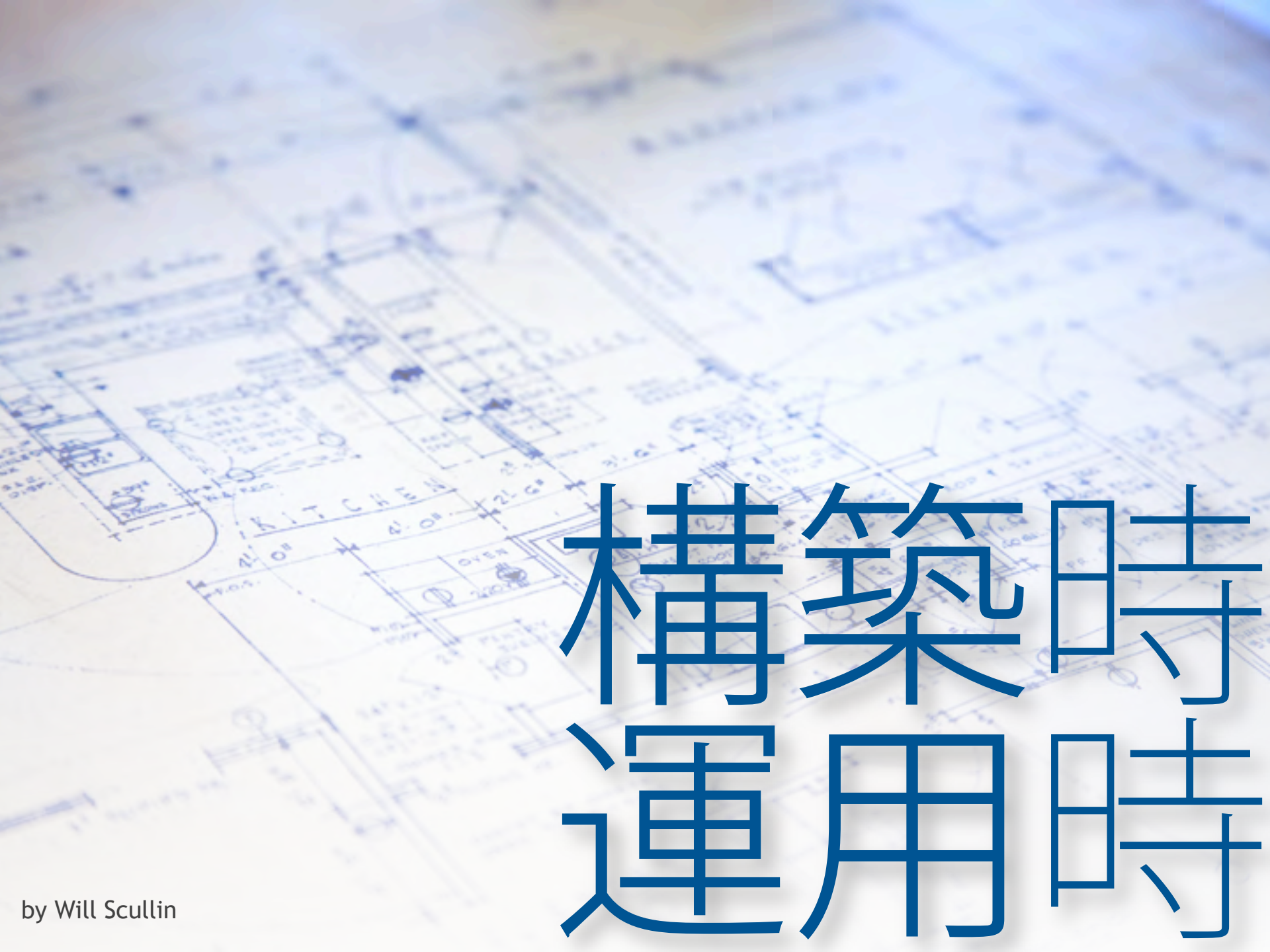
© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Combination



- セグメントは多角的
- 組み合わせては無限大

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.



構築時
運用時

by Will Scullin

構築

- ビジネス戦略として重要なセグメントを中心に設計
- サイト内の行動を分析しやすいように

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

運用

- 戦略的重要セグメントがコンバージョン出来ているか？
- 戦略的以外のセグメントを分析して見つけ出し、アプローチを繰り返す。

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

1：「ギャップ」を見据える

2：「ギャップ」で違いをつけるポイントを検討する

Approach

Photo By seanmcgrath

5W1H

- 5W1H（場合によっては2H）を使うと考えやすい
- Who、What、When、Why、Where、How

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Keyword Ref Site

- **検討段階**によって検索キーワードは違う。
- 製品カテゴリや価格でも検索キーワードは違う場合も
- 特定のサイトでも傾向が大きく変わる場合も

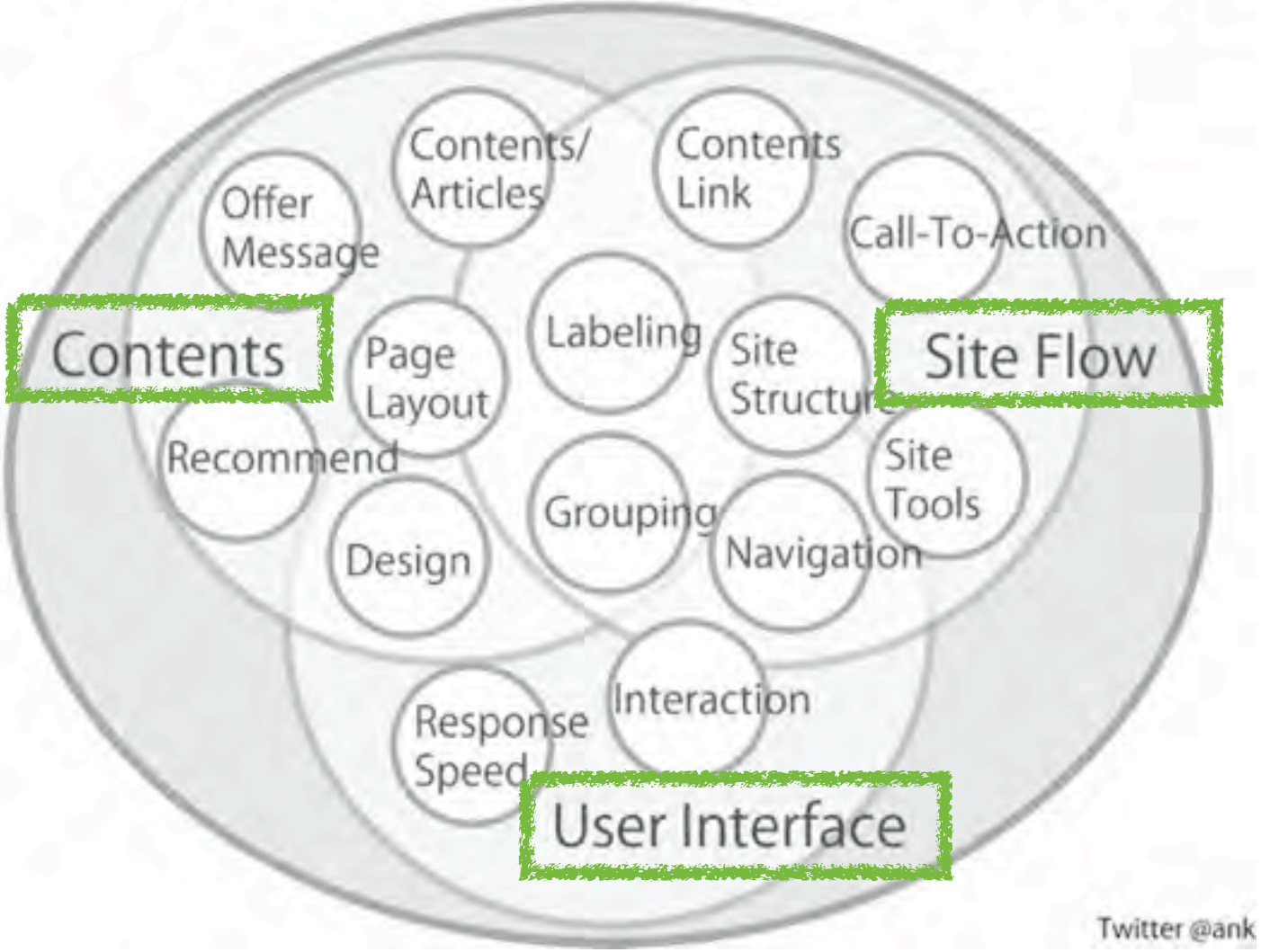
© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Entry

- サイト認知による入口の違い
  - サイト認知が低い場合ブランドとは関係ないワードで流入
  - 認知直後に再来訪した場合はサイト名（ほとんどはTOPから流入）
- 認知直後の再来訪でTOPページが表示すべきものは？

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Site Optimization Approach Ver.0.2



© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

必要なものを
見せ**ない**
見せる

Photo By lemuelinchrist

決定回避

- 絞り込むためには、訪問者を知る必要がある。
  - 不必要なメッセージは表示しない。
  - 検索ボックスのデフォルトを変える。

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

慣れ

- サイトに慣れた訪問者に機能やショートカット
- はじめて訪問者には細かいガイダンス

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

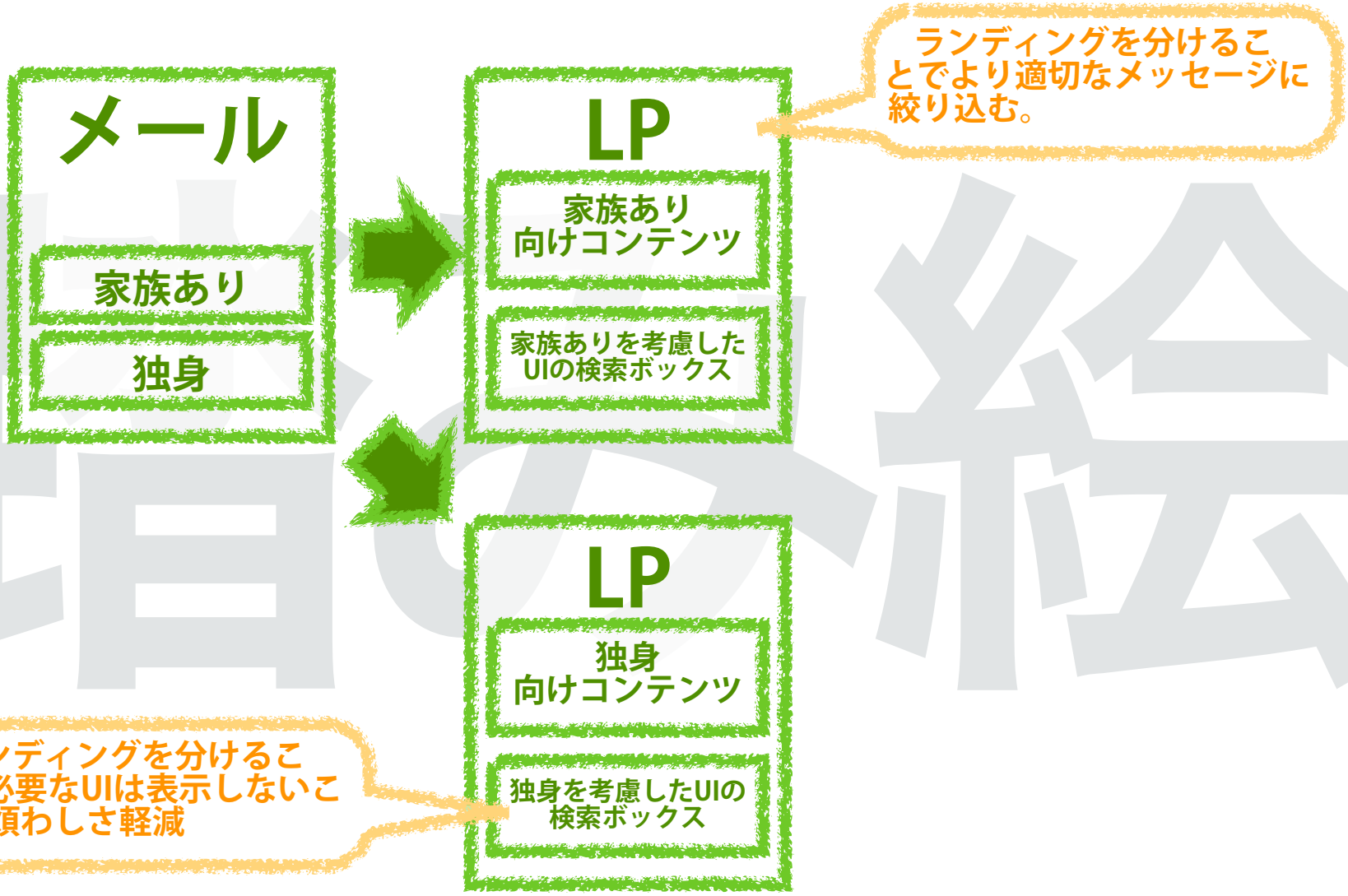
踏み絵

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Adobe

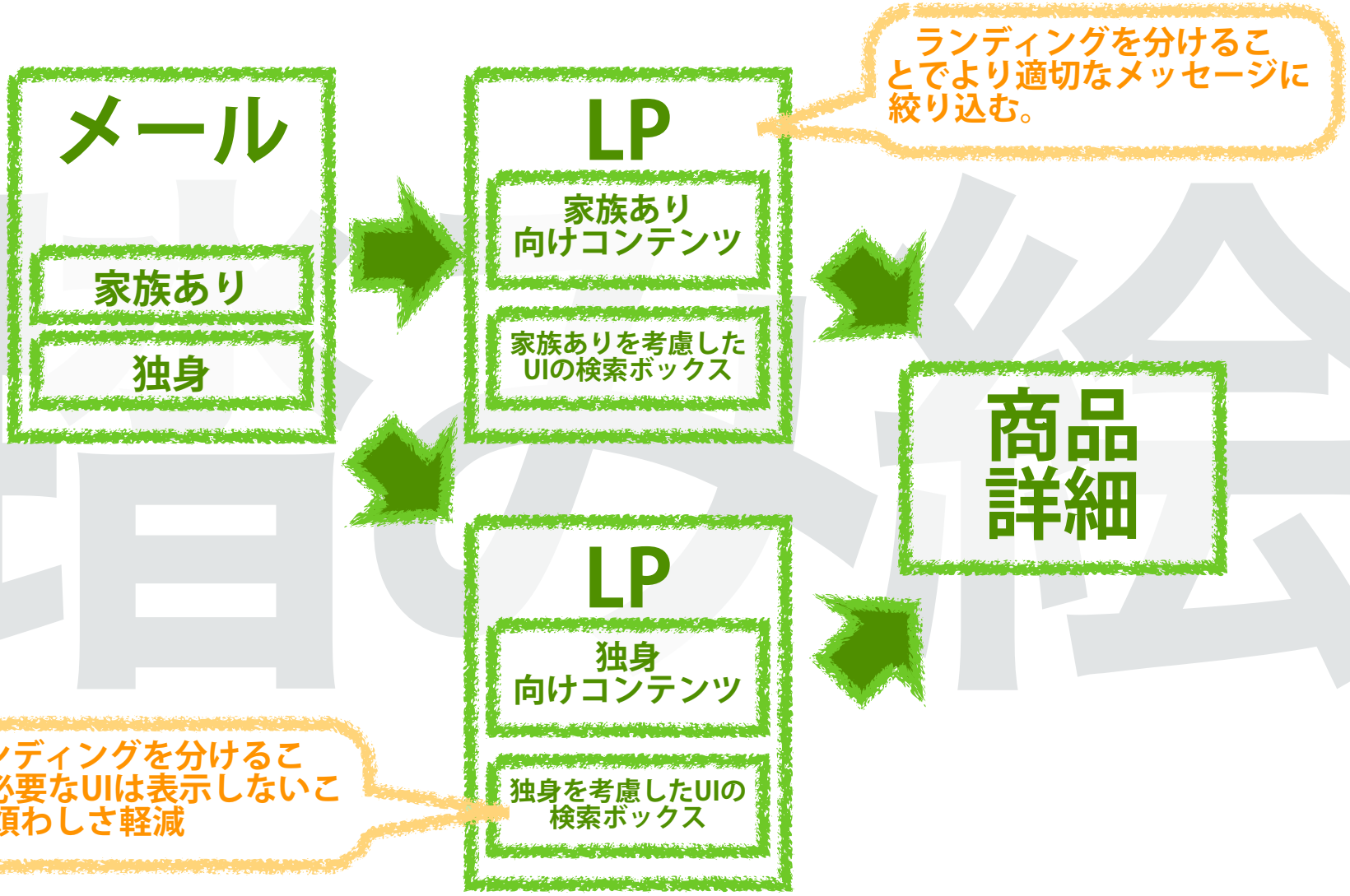
踏み絵

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.



© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Adobe



© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

Adobe

- **ギャップ**を見つけ出す。
- 適切に**誘導する**。
- **シンプル**に考える。

© 2010 Adobe Systems Incorporated. All Rights Reserved. Adobe Confidential.

“Actions Speak Louder Than Words”
“行動は言葉よりも多くのことを語る”
Photo by Drewski Mac

Adobe