

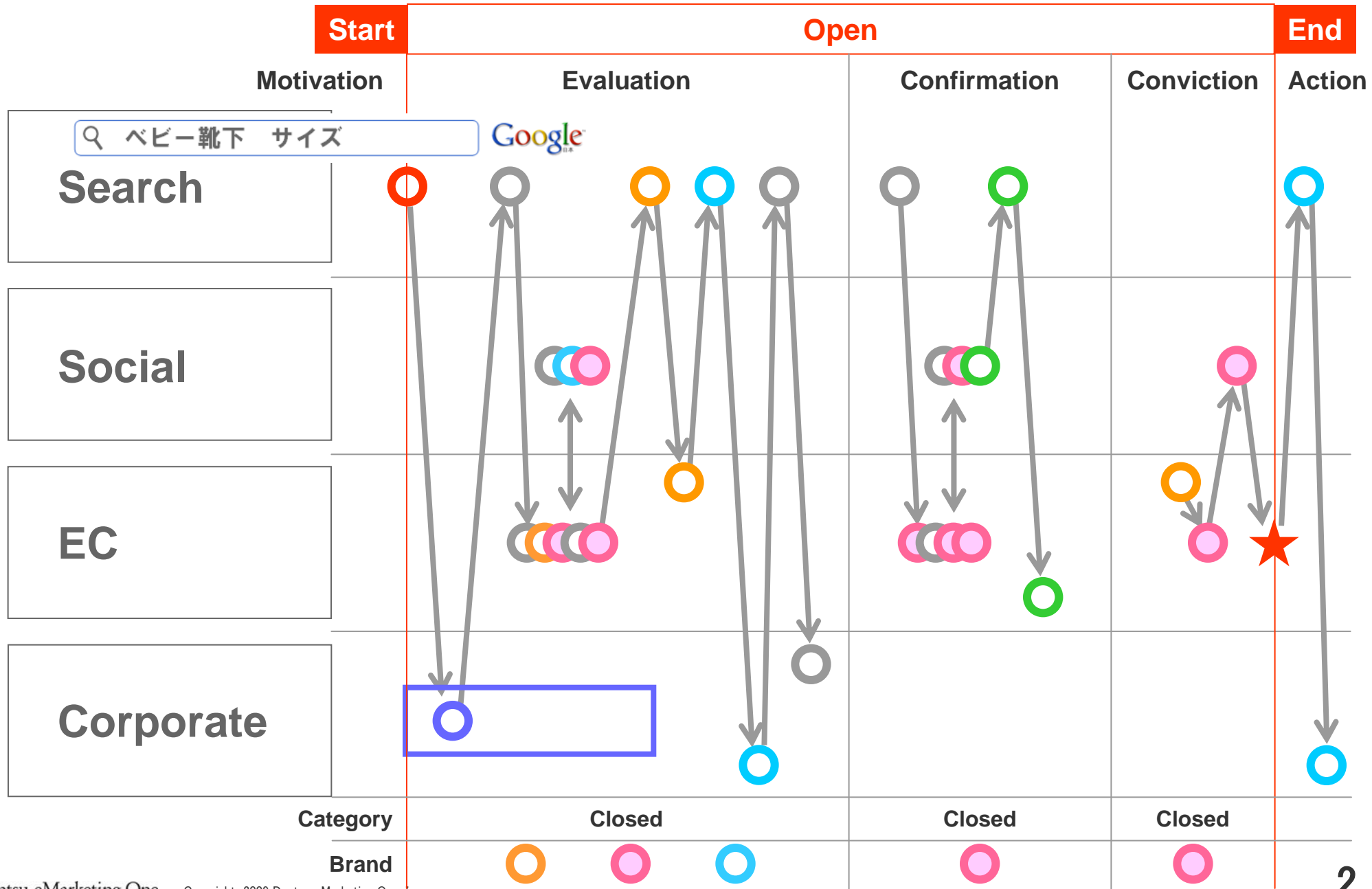
「Web 360」

インターネット全行動データ分析のご案内

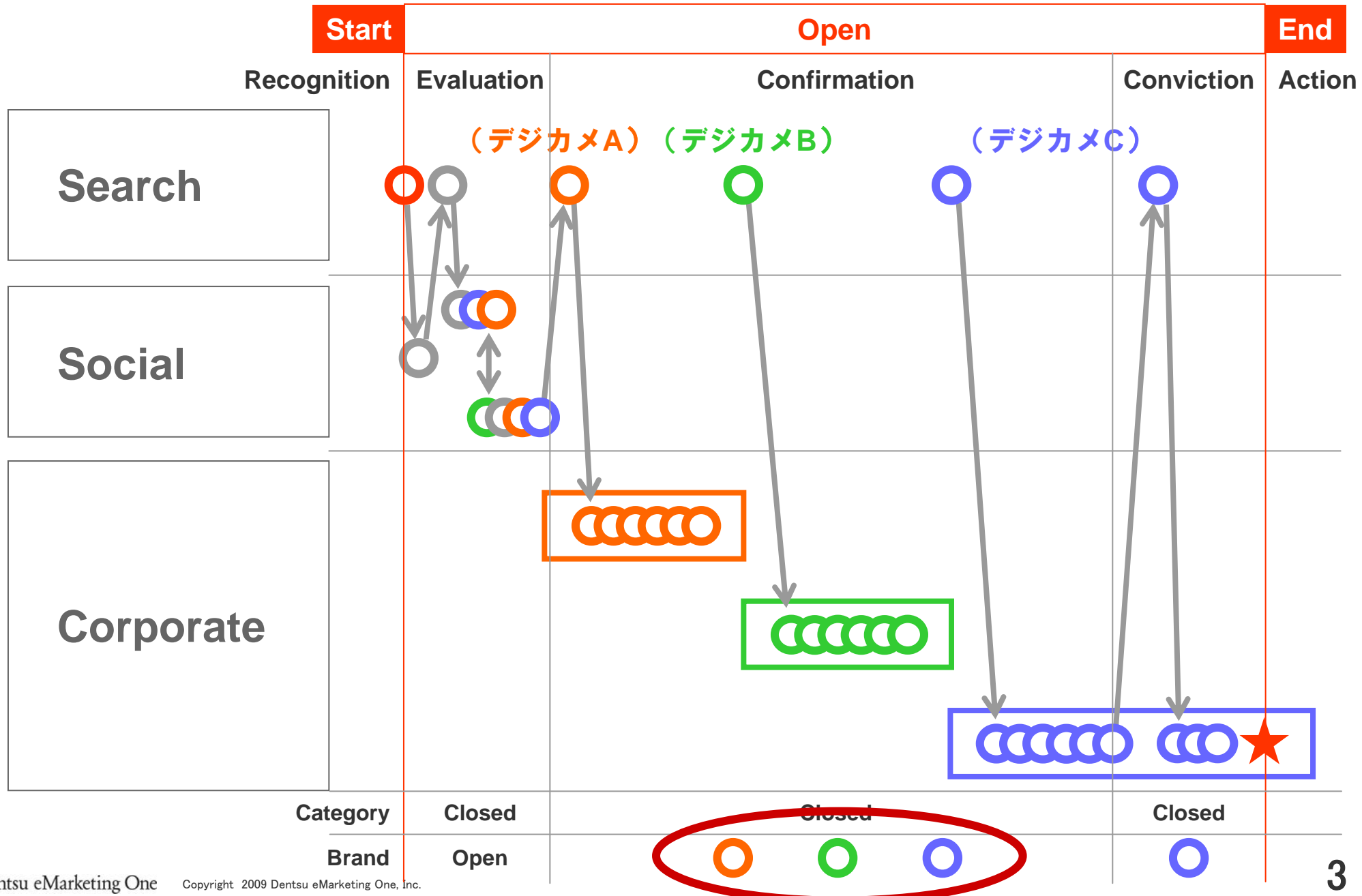
Dentsu eMarketing One

株式会社電通イーマーケティングワン

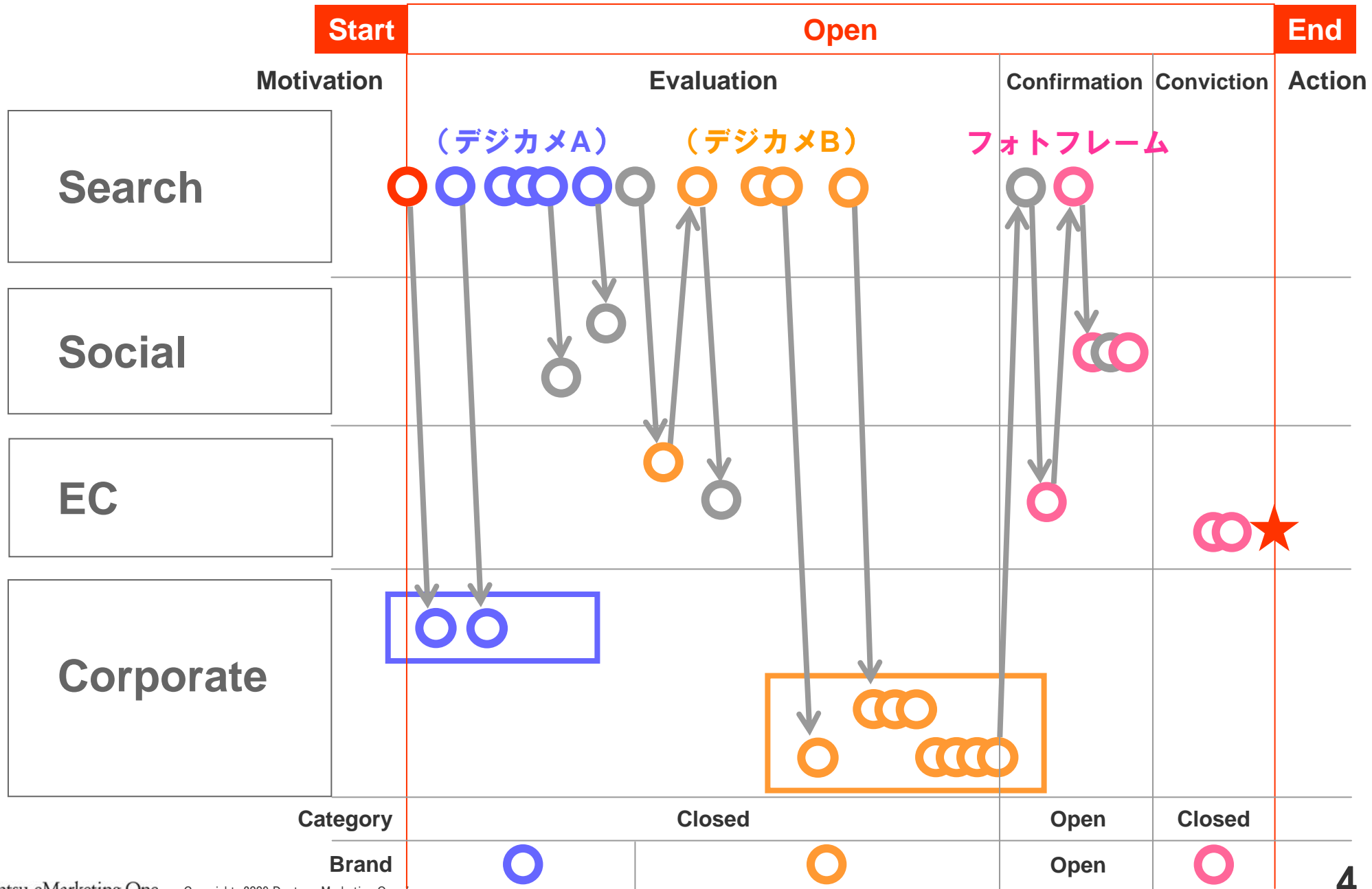
Mission : 「ベビー靴下を買う」



Mission : 「デジカメを選ぶ」



Mission : 「子供の笑顔を残したい」



消費者のインターネットにおける行動、
その**全て**を捉えることにより、

消費者の**購入検討プロセス**を明らかにし、
御社が**選択される**ためには何が**必要か**
を**明らかにする**。

データ取得方法とデータ量

ブラウザインストール型のプラグインによって行動データを取得しております。
膨大なサンプル数のインターネットアクセスデータが取得できています。

プラグインダウンロード数

約1,200,000回

※Windows IEのみです。

アクティブユーザー数

約300,000人

1日平均レコード数

22,000,000回／日

取得できているデータ

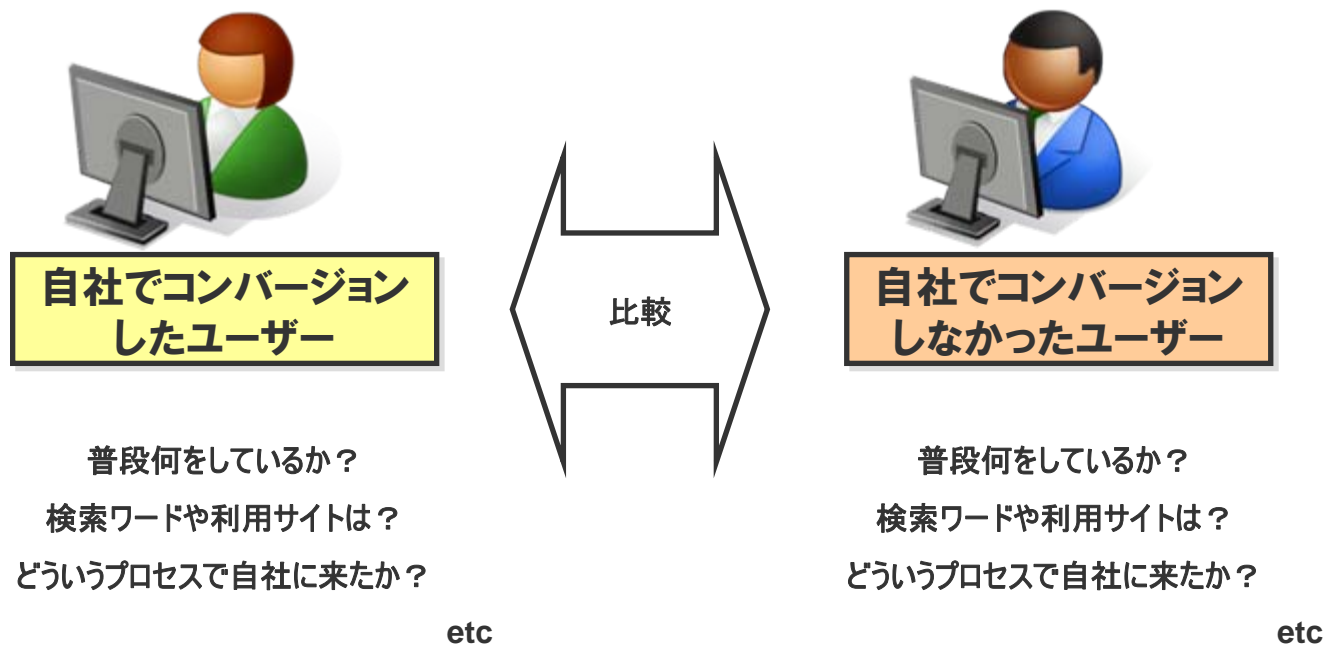
PC(ブラウザ)毎に、いつ、どのURLにアクセスし、どんな検索をしたか？

※httpsへのアクセスも取得できております。 ※デモグラ属性情報は個人情報の関係上、開示できません。

※ 統計的な利用に対するユーザーのパーミッションは得ております。

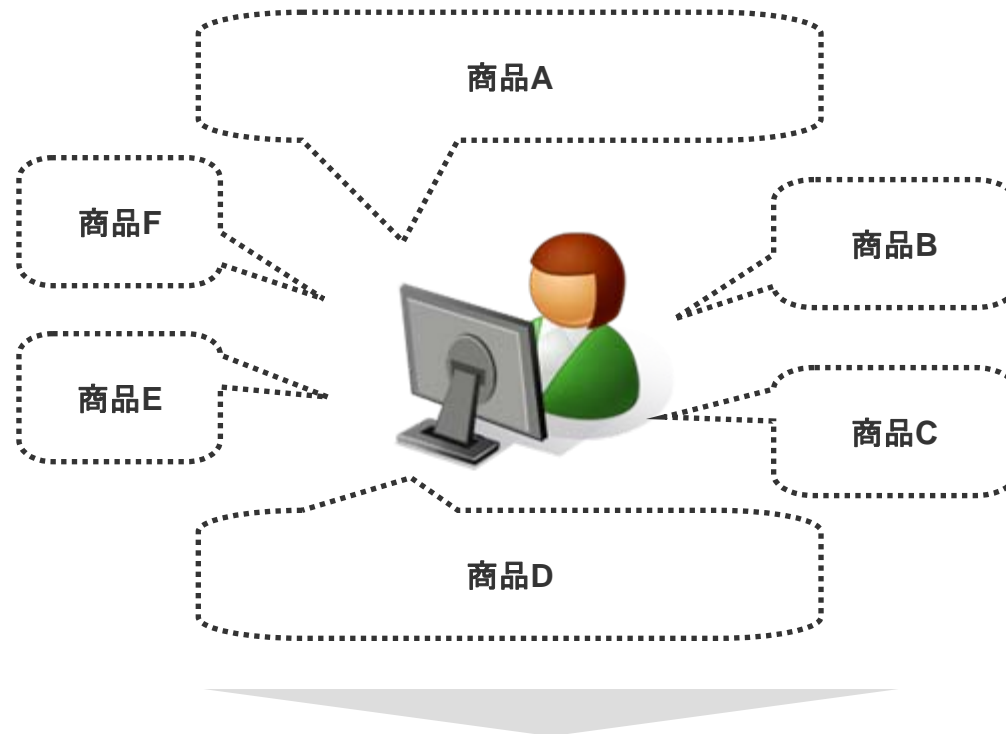
特定サイトで資料請求や購入をした人・しない人の差を分析

※ 条件:コンバージョンURLを特定し、実施いたします。



普段の行動の差からコンバージョンアップ策を探る

実際に比較されている競合商品を分析



**直接競合している商品がわかる =
どの商品に勝てばいいか？がわかる
これを、商品プラン、キャンペーンプランに活用する**

顧客が商品検討を開始する重要なきっかけを起点に分析



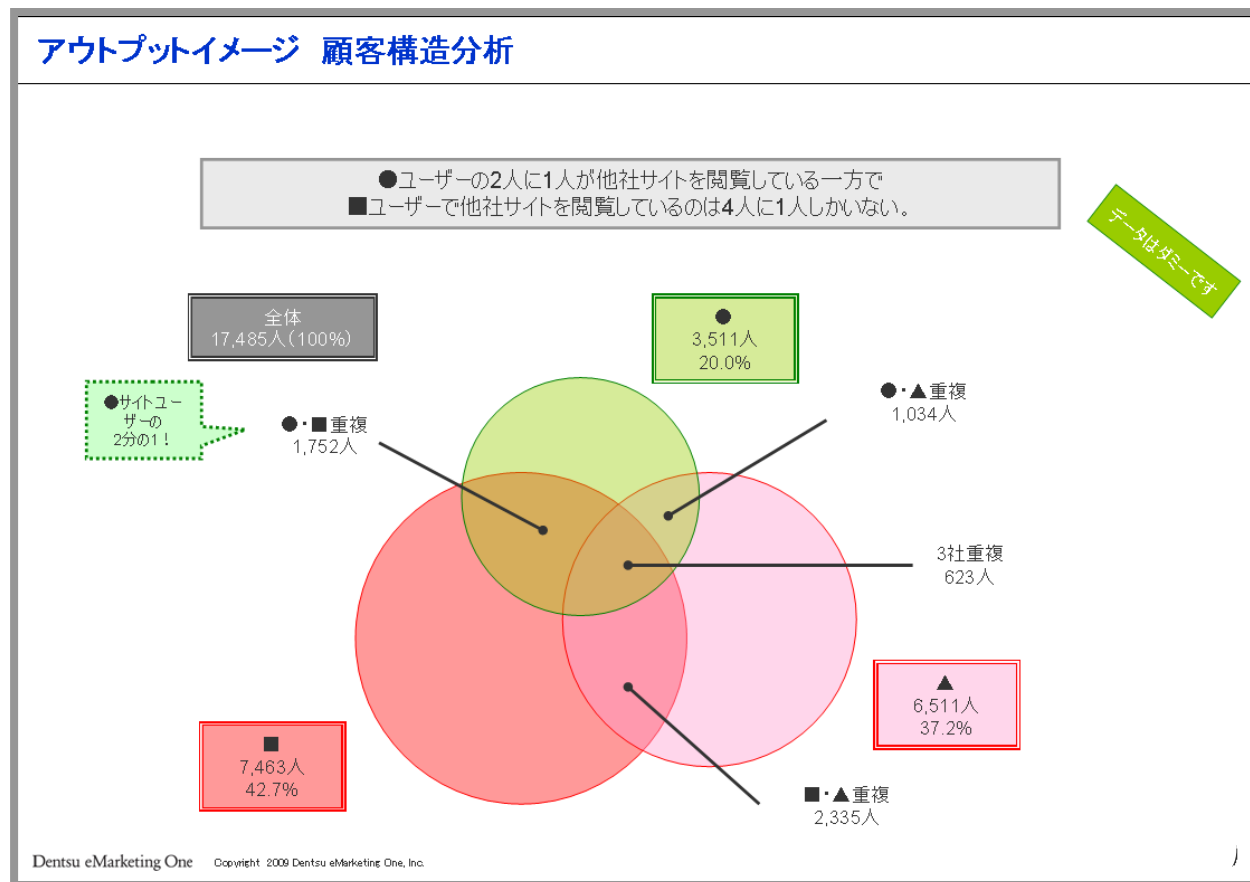
**この行動導線から顧客を奪うにはどうすればいいか？
その策を探る。**

アウトプットイメージ



アウトプットイメージ① 顧客構造分析

- 重複ユーザーの割合がわかります。
⇒ 日常的なトラッキングKPIとしてお使い頂けます。またキャンペーン効果検証にもお使い頂けます。
- 重複ユーザーについて深堀も可能です。



アウトプットイメージ② 検索ワード分析 人気サイト分析

- 普段の利用サイト＝ユーザーの興味がわかります。
⇒ユーザーインサイトを深めるためにお使い頂けます。
- 競合サイトでコンバージョンした顧客に限った分析も実施可能（※）です。
⇒コンバージョンに至るユーザーのインサイトを深めるためにお使い頂けます。

アウトプットイメージ 人気サイト分析

いずれもポインターやお小遣い稼ぎ志向が多い傾向にあり、価格コンシャスで少しでも得をしたい人が多い。

- サイトは競合と比較されているが、■サイトはあまり比較されていない。
- サイトには通販ユーザーもあり、日常生活での借入れニーズをうまく取り取っている。

データはダミーです

●社

順位	カテゴリ	ドメイン	アクセス数	全体比
1	ポータル	http://www.yahoo.co.jp/	151,938	7.6%
2	検索	http://search.yahoo.co.jp/	134,004	6.7%
3	ニュース	http://dailynews.yahoo.co.jp/	126,760	6.3%
4	オークション	http://auction.yahoo.co.jp/	118,932	5.9%
5	検索	http://www.google.co.jp/	110,046	5.5%
6	ニュース	http://headlines.yahoo.co.jp/	105,436	5.3%
7	消費者金融	http://www.lake.co.jp/	40,322	2.0%
8	消費者金融	http://www.acom.co.jp/	36,198	1.8%
9	ポイント	http://www.gpoint.co.jp/	33,542	1.7%
10	ブログ	http://ameble.jp/	32,433	1.6%
11	ポイント	http://site.jp/	29,952	1.5%
12	消費者金融	http://www.mobit.ne.jp/	25,242	1.3%
13	ポイント	http://www.poitane.jp/	24,987	1.2%
14	動画	http://www.youtube.com/	24,563	1.2%
15	消費者金融	http://cyber.promise.co.jp/	21,258	1.1%
16	ポイント	http://monitor.research.yahoo.co.jp/	19,532	1.0%
17	カチコミ	http://chiebukuro.yahoo.co.jp/	17,452	0.9%
18	消費者金融	http://www.lakefuji.co.jp/	15,024	0.8%
19	小遣い稼ぎ	http://www.otakara7.com/	13,800	0.7%
20	SNS	http://mixi.jp/	12,435	0.6%

■社

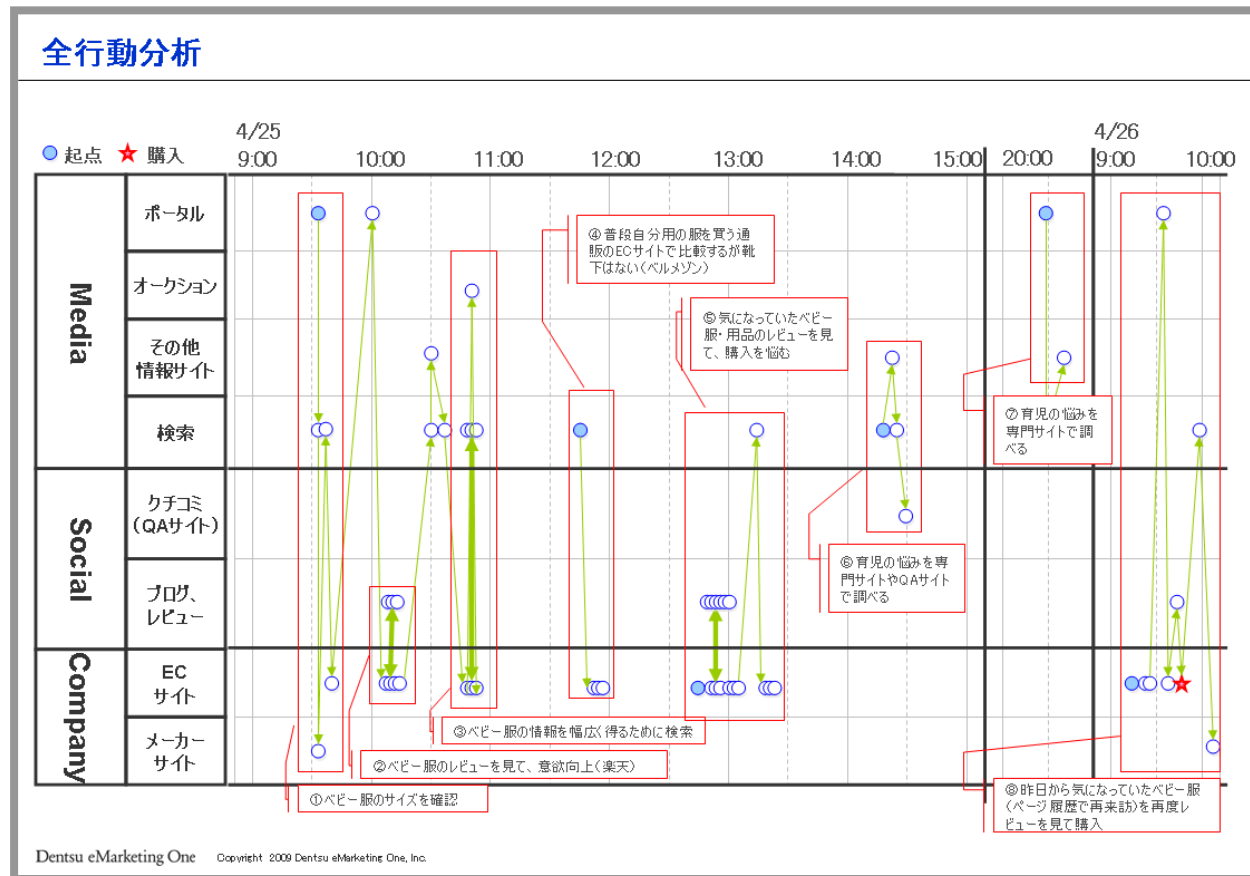
順位	カテゴリ	ドメイン	アクセス数	全体比
1	ポータル	http://www.yahoo.co.jp/	227,907	9.1%
2	検索	http://search.yahoo.co.jp/	201,006	8.0%
3	ニュース	http://dailynews.yahoo.co.jp/	190,126	7.6%
4	消費者金融	http://www.acom.co.jp/	189,632	7.6%
5	オークション	http://auction.yahoo.co.jp/	178,398	7.1%
6	検索	http://www.google.co.jp/	165,069	6.6%
7	ニュース	http://headlines.yahoo.co.jp/	168,164	6.3%
8	カードローン	http://www.smbc.co.jp/	60,483	2.4%
9	ポイント	http://www.gpoint.co.jp/	50,313	2.0%
10	ブログ	http://ameble.jp/	48,650	1.9%
11	ポイント	http://site.jp/	44,928	1.8%
12	消費者金融	http://cyber.promise.co.jp/	36,342	1.5%
13	通販	http://www.rakuten.co.jp/	37,321	1.5%
14	クレジットカード	http://www.smbc-card.com/	32,121	1.3%
15	カチコミ	http://kakaku.com/	30,291	1.2%
16	ポイント	http://monitor.research.yahoo.co.jp/	29,298	1.2%
17	カチコミ	http://chiebukuro.yahoo.co.jp/	26,178	1.0%
18	通販	http://www.amazon.co.jp/	24,325	1.0%
19	小遣い稼ぎ	http://www.otakara7.com/	20,700	0.8%
20	SNS	http://mixi.jp/	18,663	0.7%

Dentsu eMarketing One Copyright 2009 Dentsu eMarketing One, Inc.

※コンバージョンURLが特定できる場合に限りです。

アウトプットイメージ③ 全行動分析

- ユーザーが商品を検討するプロセス仮説、態度変容のきっかけ仮説などがわかります。
⇒コミュニケーションプランを策定する際の仮説としてお使い頂けます。



- サイト訪問前後のユーザーの行動を「全て」追うことができるため、デプスインタビューを実施するよりも正確なインターネット行動を知ることができます。
⇒ユーザー像、顧客ニーズ、未充足ポイント、スイッチリスクなどに関し、仮説の抽出が可能です。

行動ベース・ペルソナ

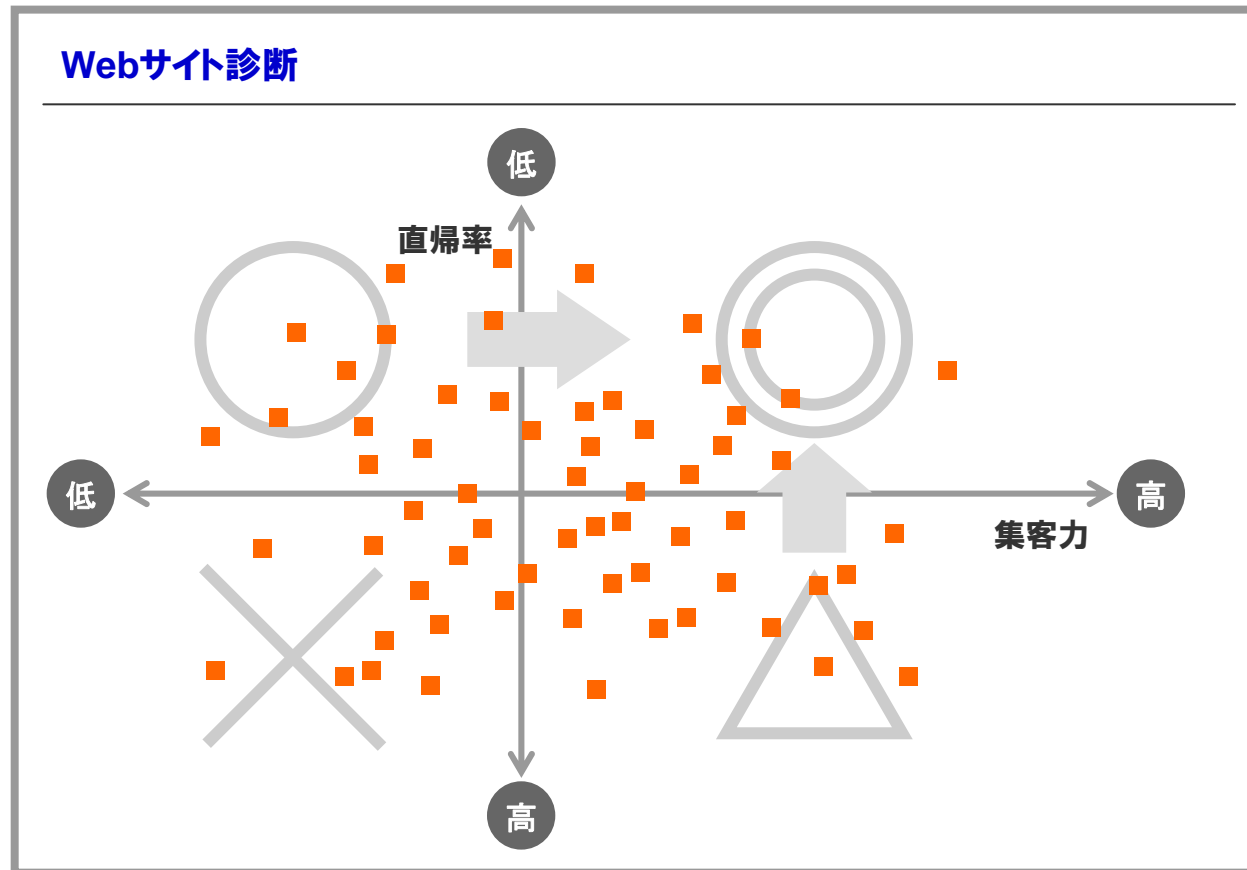
●サイトユーザーの一例。●ファンだが、ちょっとしたきっかけで■サイトにも訪問。年齢も若く、今後のスイッチが懸念される。不足コンテンツ充足による満足度向上も検討したい。
非常に頻繁に予約検索して(迷って)おり、レコメンの工夫で改善の余地がある。

想定属性	来訪の動機(来訪前行動とサイト内行動から)
<p>基本属性</p> <ul style="list-style-type: none"> - 20代前半女性【検索している詳細より】 - 広島県高須駅付近在住【経路検索より】 - AMCの非会員 - 人材派遣業者を通して職探し中【manpower.comを利用】 - 即断即決タイプではなく、慎重に色々調べて決めるタイプ【何度も同じサイトに訪問し、何度も目でやっとな決定する傾向】 <p>インターネット利用</p> <ul style="list-style-type: none"> - 検索エンジンはBIGLOBE、ホームページもBIGLOBE - インターネット利用率が高く、超ヘビーユーザー【ほぼ1日中インターネットを利用】 - 思いつきであちに行ったりこちに行ったりする【断続なく、閲覧サイトを変える】 <p>インターネット生活時間</p> <ul style="list-style-type: none"> - 平日休日関係なく、ほぼ終日インターネットを利用 - 時間に関係なくトラベル系サイトを閲覧 <p>趣味</p> <ul style="list-style-type: none"> - 食べること【hotpepper、食べログを使い、広島市内のレストランを頻繁に検索、カミヨウカズの食事に興味】 - ネットショッピング【オアシスコップ(2020、paritoc.co.jp、楽天などでキル系ブランド靴を頻繁に検索し、購入)】 - ネットオークション【Tiffanyのカップ等をYahoo!オークションで検索し、落札】 	<p>来訪の直接的なきっかけ</p> <ul style="list-style-type: none"> - 最初はBIGLOBE検索でキーワード「●」で流入 - その後、宿泊先や空港までの経路検索後に、ブラウザ立ち上げと同時に気になりから流入【JTB. えきから時刻表を閲覧後に●サイトへ流入】【BIGLOBEトップページからリファラーなしで流入】 - 脈絡なく、突然流入することも多い【ワウオウの次に何のつながりもなく来訪】 <p>未充足ポイント(来訪後行動から)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 観光情報や宿泊情報【JTBサイトで沖縄旅行の宿泊先検索を行い、その後沖縄観光情報を探索】 <p>※ 航空券=●との想起で●サイトに訪問してくれているため、そのままツアーのクロスセルが可能なはず。また、観光情報の提供を行うことで、サイトへのスティッキネスがさらに上がるはず。</p>
<p>トラベル系サイト利用目的</p> <ul style="list-style-type: none"> - 5月3日よりゴールデンウィークを利用しての沖縄旅行を予定 - 航空券と宿泊先、レンタカーを調べたい【●のレンタカーを閲覧】 	<p>競合との使い分け</p> <ul style="list-style-type: none"> - JTB⇔●間を行ったり来たり【Itb.co.jpを使用して沖縄旅行の宿泊先を検索し、何度も調べた末に予約完了】 - 自宅近くの旅行代理店を利用【BIGLOBE検索で自宅近くの旅行代理店を検索】 - 直接宿泊先を予約【石垣島のキャンセルをネット経由で予約】 - ■はほとんど使わない【ファン【期間内に一度だけ■サイト内で飛行機を検索】 - ただし、「えきから時刻表」で空港までの経路検索後、突然■へ来訪【広告経由と思われる】

Dentsu eMarketing One Copyright 2009 Dentsu eMarketing One, Inc.

アウトプットイメージ⑥ Webサイト診断

- 訪問者数、滞在時間、入り口ページ率、直帰率、ゴール誘導率、遷移パターン分析、ボトルネック分析など、Webサイトの総合的な診断が可能です。
⇒Webサイトのリニューアル、導線設計、コンテンツの改善などにお使い頂けます。



CONFIDENTIAL

本文書は、株式会社電通イーマーケティングワンが著作権その他の権利を有する営業秘密(含サプライヤー等第三者が権利を有するもの)です。当社の許可なく複製し利用すること、また漏洩することは「著作権法」「不正競争防法」によって禁じられております。本資料内の社名・製品名は各社の登録商標です。