

まずはこれだけ! 最低限やっておくべき4つの初期設定

Google Analytics

Google Analytics まずはこれだけ！ 最低限やっておくべき4つの初期設定

集客サイトを運営する時には、様々な数値の分析が欠かせません。特にアクセス解析をしっかりと行うことは非常に大切。そこで、よく利用されているのが、無料で使えて高機能な定番ツール「Google Analytics(グーグルアナリティクス)」です。

しかし「アナリティクスは難しい」、「高機能すぎて使いこなせない」など感じておられる方も多いはず。今回は、「まずこれだけは、やっていきたい初期設定を4つ」ご紹介したいと思います。

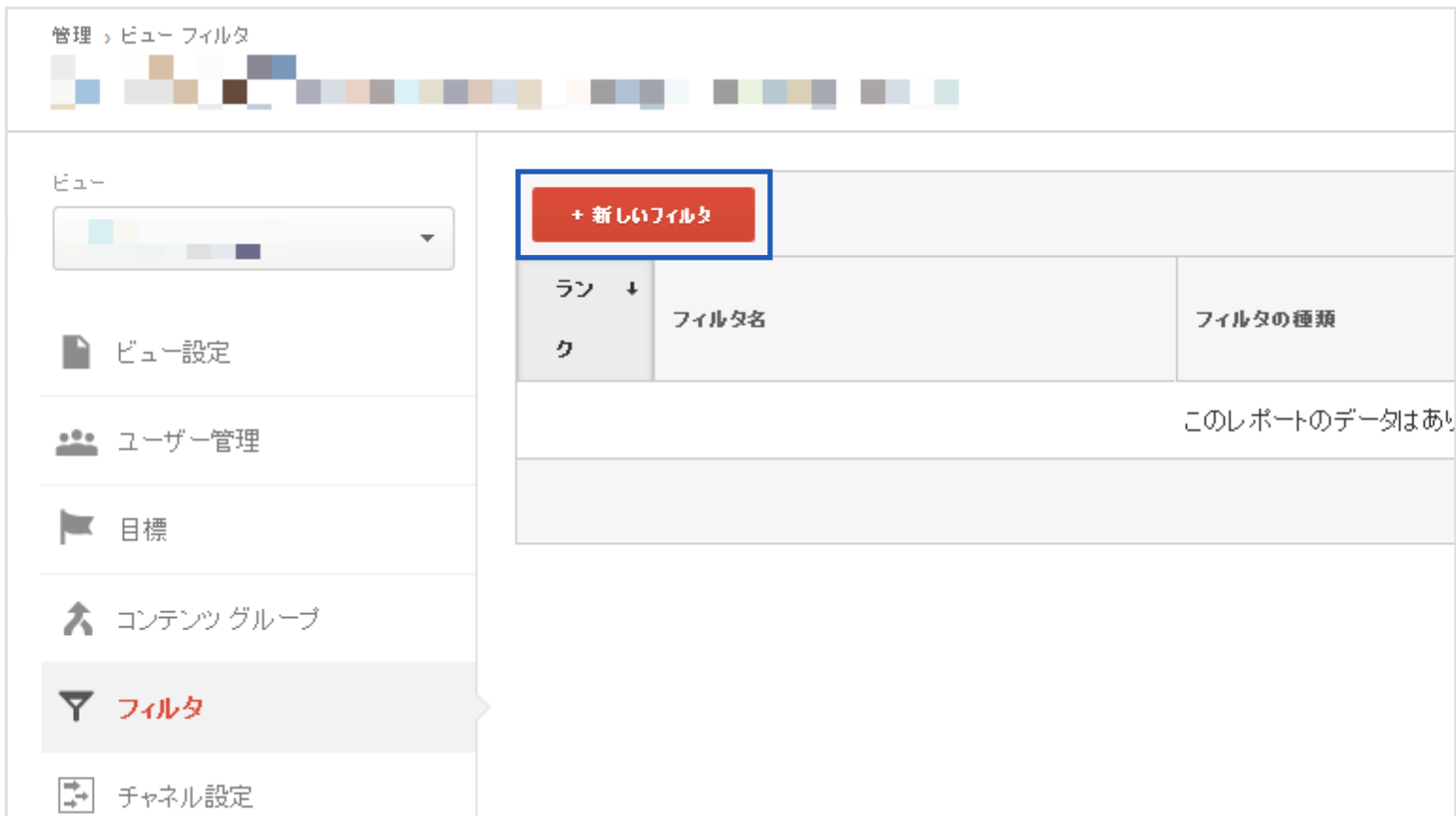
1.フィルタの設定をして自分や関係者のアクセスを除外

せっかく時間をかけて分析を行っても、自分や担当者によるアクセスをカウントしてしまうと正確な数値が見えません。そこで必要になるのが「フィルタの設定」です。これをしておくことで、自分や関係者などのアクセスを除外することができ、サイトへの訪問者だけのアクセスデータを得ることができるようになります。

自分や関係者からのアクセスを除外して正確な数値を図るにはいくつかの方法があるのですが、ここではIPアドレスによるフィルタの設定について解説します。簡単な設定ですので、必ず行うようにしておきましょう。

設定の手順

まずはアナリティクス設定で、「アカウント」⇒「プロパティ」⇒「ビュー」と移動してその中の「フィルタ」のメニューをクリック。「新しいフィルタ」をクリックし、開いたページで必要事項を記入していきます。



ラン ↓ ク	フィルタ名	フィルタの種類
このレポートのデータはあり		

1.フィルタの設定をして自分や関係者のアクセスを除外

まずは「①フィルタ名」を設定します。例えば「社内接続除外」や「社内IP除外」などとしておくとも分かりやすいかもしれません。

「②フィルタの種類を選択」、ここでは定義済みの「除外」を選択、「③参照元かリンク先を選択」では「IPアドレスからのトラフィック」を選択、「④該当するIPアドレスを入力し」、「⑤保存」、これでIPアドレスによるフィルタの設定ができました。



フィルタ設定は複数可能です。このようにすることで、社内はもちろん、委託先などからのアクセスをカウントしないようにでき、正確な数値を得ることが出来ます。

2.コンバージョン設定をして目標達成の数値を把握

次に行っておきたいのが、「コンバージョン設定」です。

コンバージョン設定とは、集まったアクセスのうちどれだけのアクセスが目標までたどり着いたのか、その成約率が分かるようにするものです。例えば何かの申し込みや登録などを促したい場合、何かの商品やサービスの販売を行う場合など、目的に応じたコンバージョンを設定して、その数値を分かりやすくしていくことは効果を知る上で非常に重要です。

設定の手順

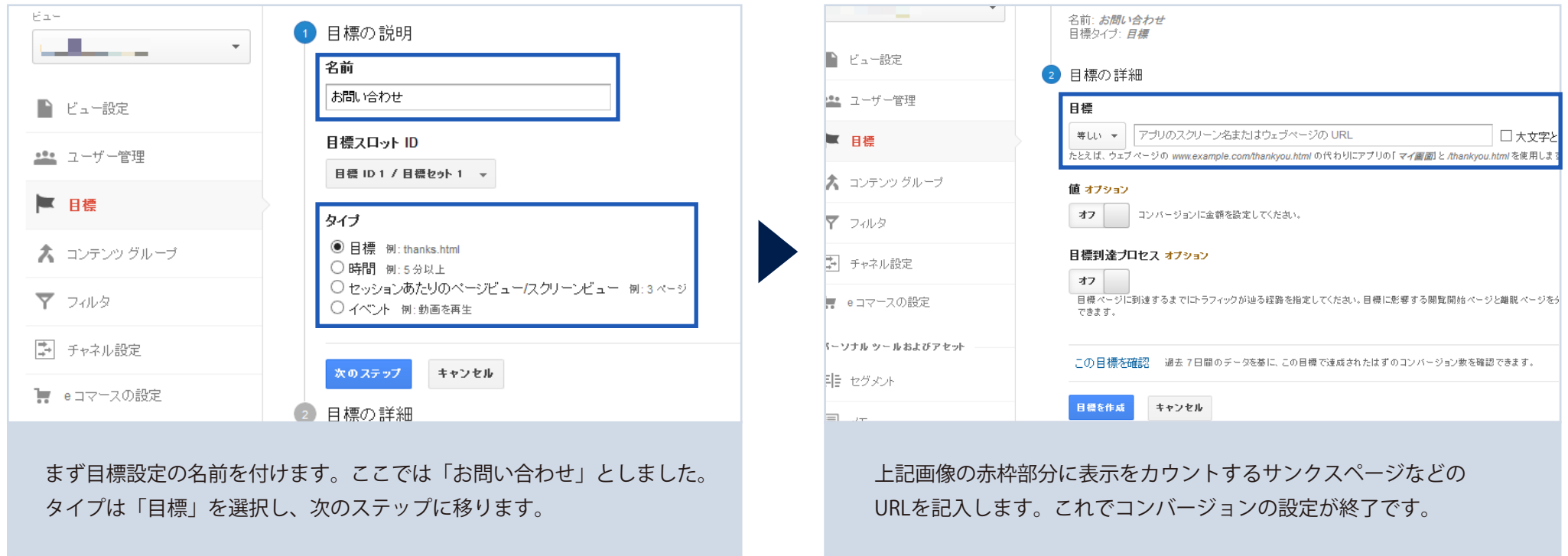
アナリティクス設定の、「アカウント」⇒「プロパティ」⇒「ビュー」と移動してその中の「目標」の項目をクリックします。開いたページの赤いボタン「新しい目標」をクリックし、コンバージョンの設定を行っていきます。



The screenshot shows the Google Analytics interface for setting goals. The top navigation bar includes 'Google Analytics', 'ホーム', 'レポート', 'カスタム', and 'アナリティクス設定'. The breadcrumb trail is '管理 > ビューの目標'. The left sidebar contains 'ビュー', 'ビュー設定', 'ユーザー管理', '目標', 'コンテンツグループ', and 'フィルタ'. The main content area features a '+ 新しい目標' button (highlighted with a red box), a 'ギャラリーからインポート' link, and a table with columns for checkboxes, '目標', and 'ID'. Below the table, it indicates 'このレポートの' and '設定可能な目標数: 残り 20 個'.

2.コンバージョン設定をして目標達成の数値を把握

ここでは、入力フォームからの問い合わせ数をコンバージョンとする場合を事例としてみましょう。
この場合は、サンクスページやお問い合わせ完了画面などの特定ページへの遷移を指標として設定します。



まず目標設定の名前を付けます。ここでは「お問い合わせ」としました。
タイプは「目標」を選択し、次のステップに移ります。

上記画像の赤枠部分に表示をカウントするサンクスページなどの URL を記入します。これでコンバージョンの設定が終了です。

コンバージョンの設定をしておかなければ、訪問者の数はわかって、そのうちどれだけが目標とするアクションへとつながったのかは把握できません。簡単な設定をしておくことで、これらの結果が数値として見えるようになりますので、ぜひやっておきましょう。

3.セグメント設定でターゲットごとにより分かりやすく

アナリティクスには「アドバンス セグメント」と言う、アクセスをセグメント分け出来る便利な機能があります。アクセス解析データの中から、例えば「検索エンジンからのアクセスだけ」や「特定のページへのアクセスだけ」などの条件で選び出したデータをグラフなどで表示してくれるので、必要な情報を管理しやすくなります。

他にも「ブラウザごと」や「訪問やトランザクションの頻度」などによっても設定できますので、よく見る重要度の高いセグメントを設定しておくのがおすすめです。

3.セグメント設定でターゲットごとにより分かりやすく

設定の手順

セグメントの設定は、サマリーページ右上の「+セグメント」のリンクをクリックして行います。



セグメントの設定画面では、このようにセグメントが一覧表示されます。「コンバージョンに至ったユーザー」「新規ユーザー」「モバイルとタブレットのトラフィック」など、デフォルトで登録されたセグメントだけでもいろいろありますので、それをチェックするだけでも、簡単にセグメントが行えます。また、上部左にある赤いボタン「新しいセグメント」をクリックすると、独自のより詳細なセグメントの設定が可能になります。

3.セグメント設定でターゲットごとにより分かりやすく

新しいセグメントの作成画面では、このように詳細な設定が可能になっています。年齢、性別、地域、などの設定も行えるので、「25～34歳、東京都、女性」のようなセグメント作成も可能になります(ただしユーザー属性情報を得るには広告主向け機能の有効化が必要)。



The screenshot shows a web interface for creating a segment. At the top, there is a text input field for 'セグメント名' (Segment Name), followed by buttons for '保存' (Save), 'キャンセル' (Cancel), and 'プレビュー' (Preview). On the right side, there is a label 'セグメントは:' (Segment is:). Below this is a sidebar menu with options: 'ユーザー属性' (User Attributes), 'テクノロジー' (Technology), '行動' (Action), '最初のセッションの日付' (Date of first session), 'トラフィック' (Traffic), '詳細' (Details), '条件' (Conditions), and 'シーケンス' (Sequences). The 'ユーザー属性' section is selected and expanded, showing a title 'ユーザー属性' and a description '年齢や性別などの情報によってユーザーをセグメント化します。' (Segment users based on information such as age and gender). Below the description are several settings:

- 年齢 (Age): Radio buttons for 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, and 65+.
- 性別 (Gender): Radio buttons for Female, Male, and Unknown.
- 言語 (Language): A dropdown menu labeled '含む' (Include) followed by an input field.
- アフィニティカテゴリ(リーチ) (Affinity category (reach)): A dropdown menu labeled '含む' (Include) followed by an input field.
- 購買意向の強いセグメント (Strong purchase intention segment): A dropdown menu labeled '含む' (Include) followed by an input field.
- その他のカテゴリ (Other categories): A dropdown menu labeled '含む' (Include) followed by an input field.
- 地域 (Region): A dropdown menu labeled '大陸' (Continent) followed by a dropdown menu labeled '含む' (Include) and an input field.

このようなセグメントの設定を行っておけば、それを選択するだけで、知りたい属性やターゲットの数値をより簡単に見ることができるようになります。あらかじめこうしたセグメントをいくつか設定しておけば、改善点なども効率的に見つけやすくなります。

4. カスタムアラートを設定して変化を素早く察知する

インバウンドサイトを運営していく上で、サイト上に起こる変化を素早く察知することは非常に重要です。例えば何らかの要因がきっかけでアクセスが急激に伸びているような状況であっても、普段あまりアナリティクスを観察していなければその変化に気が付きません。後になって気が付いた時には、ビジネスチャンスを逃しているかもしれません。

また、何らかの原因でページが正常に表示されていないとしたら、これも早急に対処しなくてはなりません。この場合も同じように、小まめにサイト状況を確認していなければ、そのような状況に気づくことができません。

そこで設定しておきたいのが「カスタムアラート」です。サイト内の変化をいち早く知る事ができる機能なので、ぜひ設定しておいてください。

4. カスタムアラートを設定して変化を素早く察知する

設定の手順

アナリティクス設定の、「アカウント」⇒「プロパティ」⇒「ビュー」と移動してその中の「カスタムアラート」の項目をクリックします。そこから「新しいアラート」をクリックして、設定を行っていきます。



The screenshot shows the analytics interface. On the left, there is a sidebar with 'ビュー' (View) selected. The main area displays a table with a red '+ 新しいアラート' (New Alert) button. A blue arrow points from this button to a modal dialog box for configuring a new alert.

The modal dialog box contains the following configuration options:

- アラート名: PVI増加
- 適用: [プロパティ] AND 0個のビュー
- 期間: 日
- このアラートが発生したときにメールで通知する。
- アラート条件
- 適用対象: すべてのトラフィック
- 次の場合に通知する: ページビュー数
- 条件: 超える
- 値: 10000
- アラートを保存 | キャンセル

設定例 一定数のページビューがあった時に知らせるアラート

例えば日に一定数のページビューがあった時に知らせるアラートを設定する場合には、以下のように項目を入力します。



アラート名: PV増加

適用: [] AND 0回のビュー

期間: 日

このアラートが発生したときにメールで通知する。

アラート条件

適用対象

すべてのトラフィック

次の場合で通知する:

ページビュー数 条件 値

超える 10000

アラートを保存 キャンセル

ここでは1日に1万PVを越えた場合に通知するように設定しました。このように設定することで、急激にページビューが増えた場合にメールで通知してくれますので、突然訪れるビジネスチャンスにも迅速に対応することが出来ます

このように特定の数値を越えたり、それ未満になったりと、様々な設定が可能になりますので、特に知りたい数値を設定しておくことで、その通知を素早く受け取ることができます。例えば「エラーページが頻繁に表示される」「あるキーワードを検索して流入してくるアクセスの数が一定数増えた」「あるリンクのクリック数が一定期間で一定の値を越えた」など、知りたい項目と数値を設定しておくことで状況を素早く把握することができます。

今回ご紹介させて頂いた4つの設定は、アナリティクス初心者だからこそ必ず設定しておいていただきたいものばかりです。特に初めて導入する際には、どうしても「難しい」「ややこしい」と感じ、「徐々にできるようになっていこう」と、このような設定を後回しにしがちです。

ですが、これらの機能は初めに設定しておくからこそ効果的だと言え、アナリティクスを使うことの意味もまさにここにあると言っても過言ではありません。どれの設定も非常に簡単に完了できますし、このような設定をしていくことがアナリティクスの理解につながることもあります。難しい、ややこしい、などの固定概念を捨てて、効果的なインバウンドサイトの運営の為に、ぜひこれらの設定を行っておきましょう。