



1. 月次アクセス解析と目標

2. 具体的な施策

3. 都道府県解析

4. ユーザー解析

5. 時系列解析

6. 参照元解析

7. 検索キーワード解析

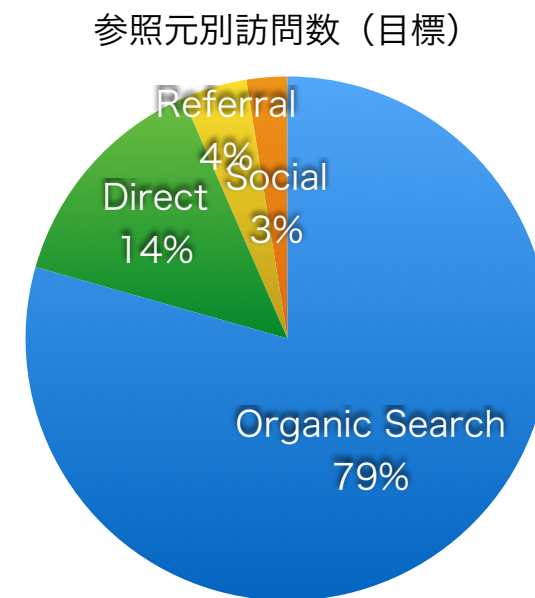
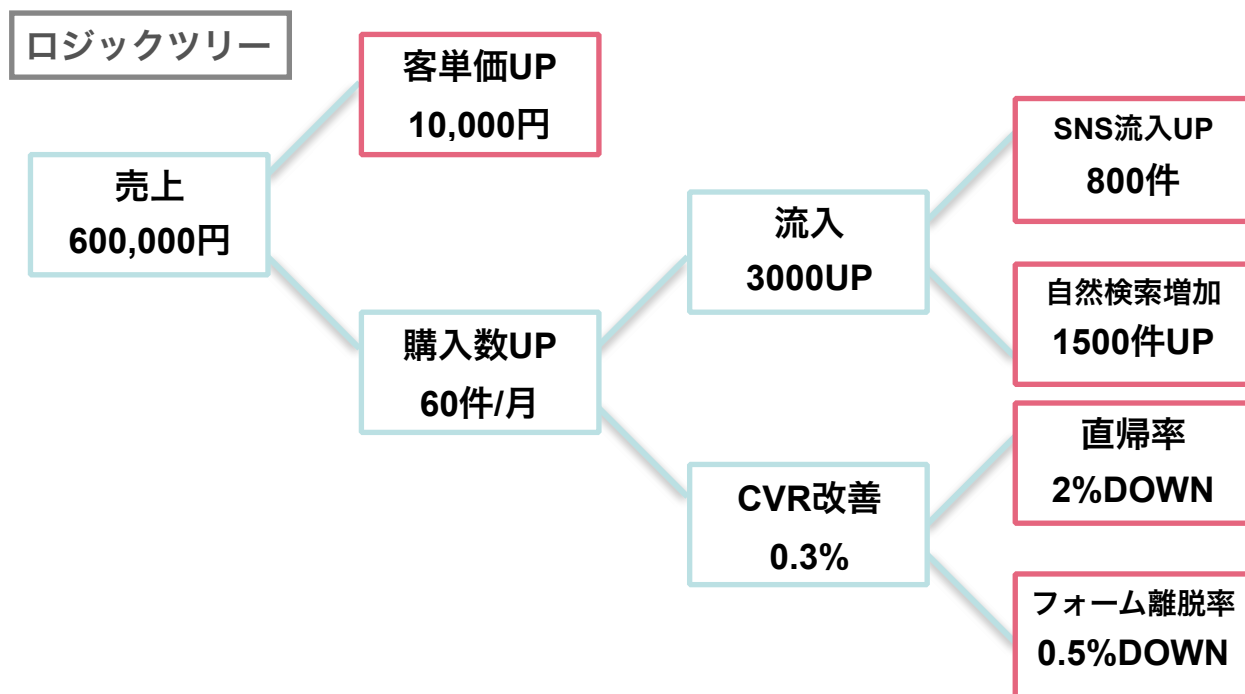
8. 回遊ページ解析

9. 離脱ページ解析

1. 月次アクセス解析と目標



月	訪問数				合計	直帰率	回遊離脱率	フォーム離脱率	CVR	購入数	客単価	売上
	Organic Search	Direct	Referral	Social								
3月	15,929	3,128	281	170	19,519	56.54%	92.87%	90.32%	0.30%	59	¥9,411	¥555,226
4月	13,825	2,612	341	176	16,971	57.98%	93.89%	93.77%	0.16%	28	¥8,164	¥228,596
5月	13,112	2,526	773	176	16,587	58.35%	91.79%	93.57%	0.22%	36	¥9,998	¥359,924
3ヶ月平均	14,289	2,755	465	174	17,692	57.62%	92.85%	92.55%	0.23%	41	¥9,191	¥381,249
11月目標	15,800	2,800	500	800	20,000	55.00%	91.67%	92.00%	0.30%	60	¥10,000	¥600,000



2. 具体的な施策



客単価UP
10,000円

「1万円以上購入で送料無料」等の施策
また注文確定ページにバナー記載

SNS流入UP
800件

CVR、セッションの多い時間帯（20-23時）にTwitter・facebook・Instagram等のSNS投稿、facebookページの拡散

自然検索増加
1500件UP

戦略キーワードを活用した、ブログコンテンツを作成、
（可能であれば新商品の追加）

直帰率
2%DOWN

離脱改善指標より、全体への影響が大きいページの改善
(/s/、/contents_box/)、スマホ強化、検索フォーム改善

フォーム離脱率
0.5%DOWN

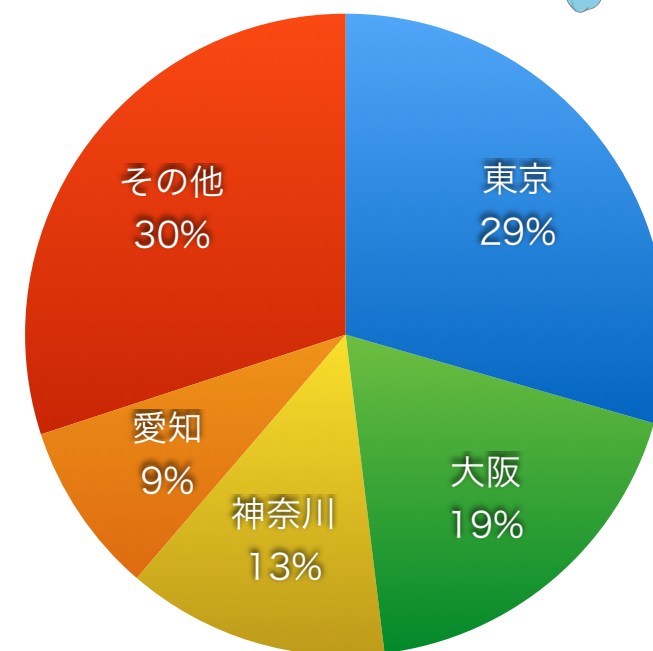
他社ログイン・決済機能の利用とEFOによるフォーム見直し

3. 都道府県解析



都道府県	訪問数	新規訪問率	直帰率	平均閲覧ページ数	平均滞在時間	CVR
東京	13323	82.02%	57.83%	3.62	00:01:36	0.2%
大阪	8418	81.96%	57.48%	3.6	00:01:32	0.21%
神奈川	5983	81.56%	56.89%	3.71	00:01:37	0.25%
愛知	3923	82.79%	55.54%	3.64	00:01:34	0.28%
福岡	2183	81.22%	57.21%	3.67	00:01:35	0.23%
兵庫	1597	82.59%	56.61%	3.58	00:01:32	0.19%
埼玉	1596	83.46%	57.58%	3.59	00:01:35	0.19%
北海道	1545	80.32%	50.81%	3.92	00:01:43	0.32%
千葉	1405	81.21%	56.01%	3.77	00:01:43	0.43%
京都	1008	85.22%	59.33%	3.4	00:01:36	0.3%
静岡	835	83.83%	54.25%	3.42	00:01:34	0.24%
広島	774	78.94%	56.33%	3.6	00:01:48	0.52%
宮城	510	82.94%	54.12%	3.69	00:01:37	0.2%
茨城	494	86.23%	51.01%	3.72	00:01:38	0%
岡山	435	81.38%	58.85%	3.23	00:01:13	0.23%
岐阜	428	82.48%	53.5%	3.81	00:01:42	0%
新潟	388	80.15%	51.8%	4.09	00:01:48	0%

都道府県別訪問数

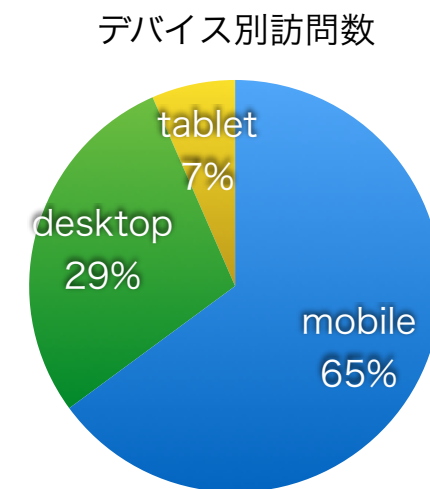
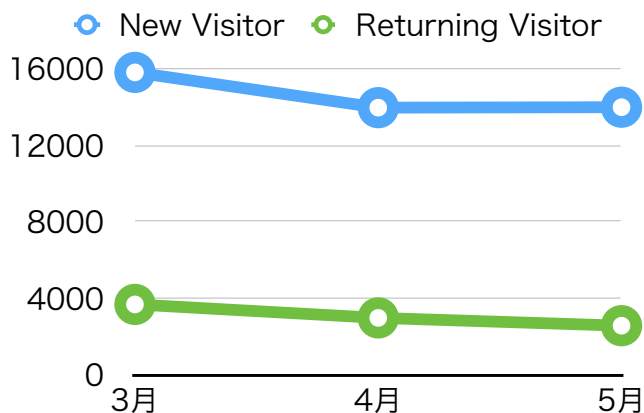
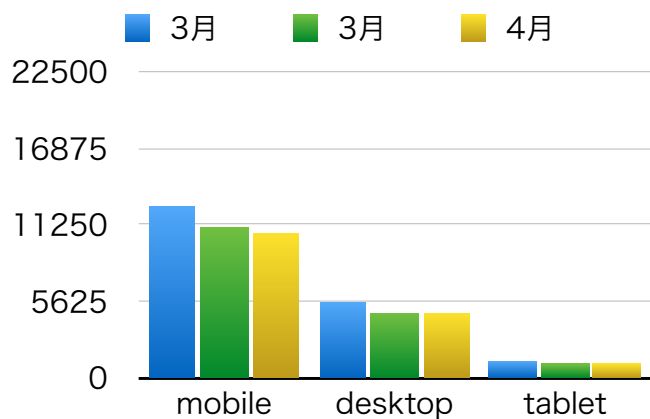


首都圏以外の地域でCVRが高く、直帰率が低い地域では潜在的なニーズが有ると言えます。「北海道」「千葉」「広島」など地域を絞って、費用対効果を見ながら広告を打つ事も一つの手です。また客単価を上げる、地方のお客様に購入して頂く為に、「1万円以上の購入で送料無料」という施策を打つ事をお勧めします。

4. ユーザー解析



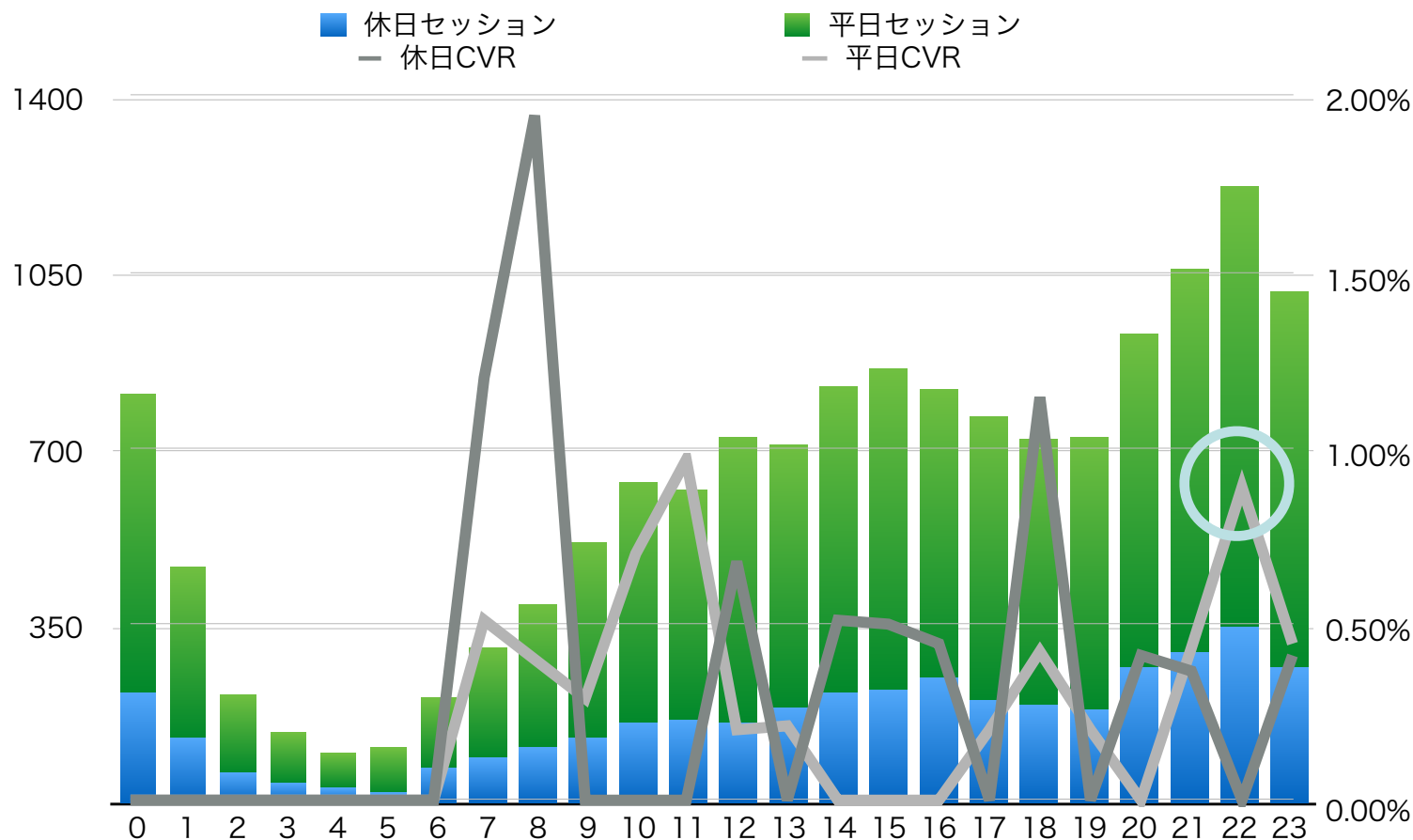
デバイス	訪問数				新規訪問率	直帰率	平均閲覧ページ数	平均滞在時間	CVR	決済回数	購入単価	収益
	3月	4月	5月	3ヶ月平均								
mobile	12681	11124	10644	11483	81.71%	58.97%	3.57	00:01:26	0.19%	64	¥7,420	¥474888
desktop	5602	4704	4836	5047	84.56%	55.33%	3.57	00:01:49	0.35%	53	¥11,208	¥594014
tablet	1236	1143	1107	1162	81.93%	52.84%	3.76	00:01:45	0.17%	6	¥12,474	¥74844



mobileからの流入が一番多いですがCVRが低くなっているため、このCVRを上げる事が出来れば全体の購入数増加に繋がります。

mobileでも探しやすい、買いやすくなるようにPVの多いコンテンツからユーザービリティを改善しましょう。

5. 時系列解析



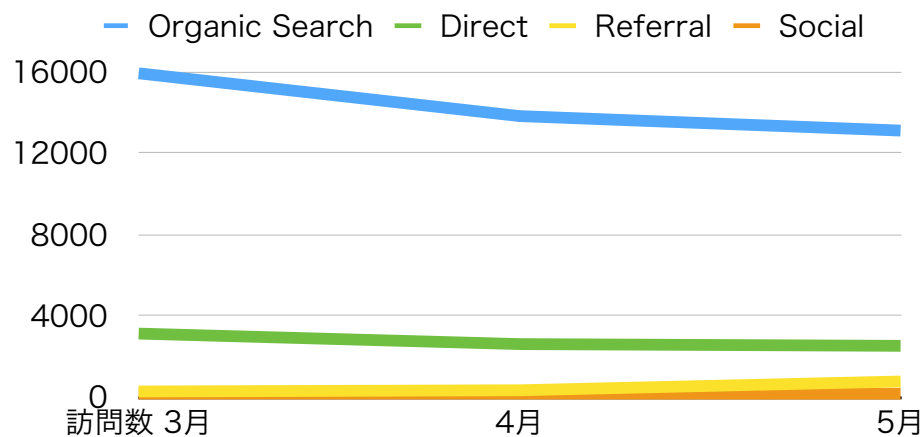
平日：14-17、20-23時
休日：14-16、20-23時

が訪問が多くなっているので、この時間帯にメルマガ・SNSの施策を実施しましょう。
平日は22時、休日は18時がもっとも注文が多いので、カートに商品の入っているお客さんにメールでお知らせしましょう。

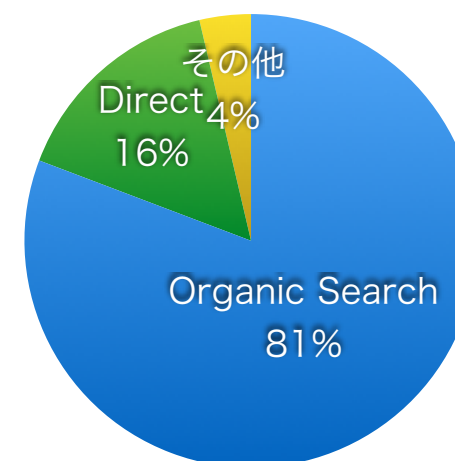
6. 参照元解析



	訪問数				新規訪問率	新規訪問数	直帰率	平均閲覧ページ数	平均滞在時間	CVR	決済回数	収益
	3月	4月	5月	3ヶ月平均								
Organic Search	15929	13825	13112	14289	82.95%	35558	56.78%	3.6	00:01:32	0.22%	95	¥912194
Direct	3128	2612	2526	2755	79.97%	6610	62.15%	3.45	00:01:44	0.29%	24	¥195696
Referral	281	341	773	465	85.95%	1199	53.69%	3.74	00:01:33	0.14%	2	¥8748
Social	176	176	170	174	84.1%	439	56.51%	3.84	00:01:26	0.38%	2	¥27108
(Other)	11	17	0	9	14.29%	4	46.43%	5.46	00:02:50	0%	0	¥0



参照元別訪問数



全体の流入減少には自然検索の減少が大きく影響しています。

直近3ヶ月間で自然検索数が減少している原因として、人気商品の検索需要が少なくなってきた可能性があります。新しい商品の入荷も可能であれば検討しましょう。

またSocialからの流入は少ないですがCVRは高くなっているので、流入増を図りましょう。

7. 検索キーワード解析



キーワード	月間平均検索	3ヶ月目標	訪問数	新規訪問率	直帰率	平均閲覧ページ数	平均滞在時間	CVR
ムーミングッズ			3469	78.47%	40.42%	4.98	00:01:59	0.17%
収納ボックス おしゃれ			834	94.72%	82.49%	1.62	00:00:25	0%
ムーミン グッズ			791	80.78%	43.24%	5.11	00:02:05	0.38%
壁掛け時計			654	90.98%	46.64%	4.34	00:01:32	0.15%
かごバッグ			292	92.81%	57.88%	2.7	00:00:35	0.34%
モロッコ 雑貨			273	84.25%	43.59%	4.53	00:02:27	0.37%
アートパネル			254	79.53%	48.82%	3.18	00:01:11	0%
ムーミン 雑貨			239	81.17%	44.35%	5.69	00:02:37	0%
壁時計			224	92.86%	53.12%	4.07	00:01:27	0%
北欧雑貨 ブログ	2400	700						
北欧 リビング	1000	300						
インテリア 部屋	720	150						
北欧 インテリア 実例	590	150						
ブリキ おもちゃ	480	150						
バブーシュ 作り方	390	120						
ムーミン キャラクター 名前	320	60						
バブーシュとは	110	60						
合計		1690						

戦略キーワード

商品を活用したインテリアブログ、
雑貨情報ブログなどのコンテンツを増やす事で、
流入を増やしましょう

8. 回遊ページ解析



ページ	1つ前のページ	ページビュー数	離脱率	離脱数	離脱改善指標
/s/item_select/list/category/234/	/s/item_select/select/page/2/category/234/	366	86.07%	315	271
/s/item_select/list/category/93/_/壁掛け時計/	/s/item_select/select/page/2/category/93/_/壁掛け時計/	153	92.16%	141	130
/item_select/list/category/72/	/item_select/list/category/77/	60	96.67%	58	56
/s/item_select/list/category/234/	/s/item_select/select/page/3/category/234/	73	83.56%	61	51
/item_select/list/category/93/_/壁掛け時計/	/item_select/select/page/2/category/93/_/壁掛け時計/	64	82.81%	53	44
/item_select/list/category/234/	/item_select/select/page/2/category/234/	57	84.21%	48	40
/item_select/list/category/234/	/contents_littlemy/	50	72%	36	26
/s/item_select/list/category/234/	/s/item_select/select/page/4/category/234/	29	93.1%	27	25
/s/item_select/list/category/234/	/s/item_select/list/category/234/	141	41.13%	58	24
/s/item_select/list/category/93/_/壁掛け時計/	/s/item_select/select/page/3/category/93/_/壁掛け時計/	27	92.59%	25	23
/s/item_select/list/category/234/	/s/item_search/	31	77.42%	24	19
/s/item_select/list/category/152/	/s/item_select/select/page/2/category/152/	29	79.31%	23	18

離脱改善指標とは、直帰数・離脱数が全体に大きく影響しているページなので、上位から順番にページ推移の導線やページ自体の改善をする事をお勧めします。

/s/のスマホページのカテゴリ2・3ページ目からカテゴリページへの移動後の離脱が目立ちます。商品数が多く、探したいものが探せず、戻っている可能性が考えられます。検索方法も現在のカテゴリ・料金だけでなく項目数を増やす事をお勧めします。

9. 離脱ページ解析



第1階層	ページビュー数	直帰率	直帰数	離脱率	離脱数	離脱改善指標
/s/	33294	60.91%	5867	28.93%	9632	426
/item_select/	11212	44.14%	1431	27.03%	3031	228
/item/	4361	73.23%	722	26.65%	1162	44
/	663	56.71%	245	50.23%	333	12
/contents_box/	377	77.02%	181	58.36%	220	4
/item_search/	249	75%	6	14.06%	35	3
/contents_littlemy/	167	80%	4	16.17%	27	3
/info_rules/	28	42.86%	3	42.86%	12	3

カテゴリごとの離脱改善指標順に並べたものです。

スマホページに関しては、直帰率が非常に高く早急に改善すべきと言えます。

また、他に「[contents_box](#)」のブックボックスのカテゴリも、たどり着いたユーザーのほとんどが離脱してしまっているため、ページの改善、タイトル・説明文（自然検索で説明文を読んでたどり着いたユーザーにとって、適切な探していたページになっているか）の見直しをおすすめします。