

BtoBマーケするなら

ferret One

操作マニュアル

サイト分析の切り口と 確認方法



BtoBマーケするなら **ferret One**

ferret One

操作マニュアル

- はじめに
- ferret OneのMA機能の概要
- 補足資料：カスタム項目について

本資料では、はじめてferret Oneを操作する方のために、ferret Oneの基本的な操作方法や管理画面の使い方

方を解説しています。

各種お問い合わせについては下記リンクのフォームよりお問い合わせください



請求情報変更に関するお問い合わせ

- 請求先企業名を変更したい
- 請求先住所を変更したい
- 担当のメールアドレスを変更したい、など



請求に関するお問い合わせ

- 請求書を再送して欲しい
- 見積書を作成して欲しい
- 一括で支払いを行いたい、など



契約に関するお問い合わせ

- 契約期間を確認したい
- 契約プラン、金額を確認したい
- プランを変更したい、など



操作に関するお問い合わせ

- ferret Oneの操作に関する不明点がある
- [操作レクチャー希望の場合はこちら](#)



制作に関するお問い合わせ

- デザインを相談したい
- 制作を依頼したい



施策代行プランに関するお問い合わせ

- 弊社にマーケティング施策の代行を相談したい
- 代行プランについて詳細を知りたい

ブックマーク推奨

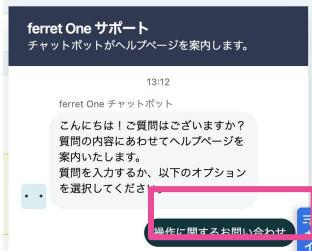
▶ [各種お問い合わせの一覧ページはこちらから](#)

本資料以外にも、ferret Oneの詳しい手順や仕様を解説しているヘルプページもご用意しております。
もしもコンテンツで解決できない場合は、テクニカルサポートまでお気軽にお問い合わせくださいませ。



テクニカルサポート(電話／メール)

受付時間: 平日(月～金)午前 10時～午後5時
MAIL: fo_support@basicinc.jp



管理画面右下
[ferret Oneサポート]
からお問い合わせできます



ヘルプページ <https://ferretone.zendesk.com/hc/ja>

ferret Oneの各機能の説明・利用時のよくある質問をまとめています。

レシピ集 <https://parts-recipe.hmup.jp/>

BtoBサイトのデザイン例とferret Oneでの作成方法を解説しているサイトです。



操作レクチャー MTG

Web会議で15分～1時間ほど操作レクチャーを行います。
ご予約はこちら▷ https://fo-keiyaku.hmup.jp/contact_lecture

* ご請求内容の確認・ユーザーアカウントの追加手順はこちらよりご確認ください *

■画面: 契約状況

ダッシュボード
サイト
ブログ
マーケティング・最適化
ライブラリ
レポート・データ
リード
設定
基本設定
詳細設定
ペーシング設定
外部サービス設定
外観設定
解析設定
タグ・カテゴリー管理
契約状況
ツール

契約状況

1 契約開始日 : 未入力
2 契約終了日 (自動更新) : 未入力 解約手続きへ

使用状況

	使用状況	ご契約中のプランの上限
3 月間メール配信数		
4 見込み顧客		
5 SEOキーワード数		
6 ファイル・イメージサイズ		
7 ユーザー数		
8 公開ページ数		
9 フォーム数		
10 カスタム項目数		

契約状況についてお困りの場合はカスタマーサポートへご連絡ください。

11 オーナー設定
12 ユーザーを追加

ユーザー一覧

アカウント	権限	ステータス	クレカ使用
	分析	アクティブ	不可
	分析	招待中	

13 招待済みユーザー
14 招待中ユーザー

オーナーのみ権限の変更、ユーザーの追加・削除をすることができます。操作方法はご参照ください。
ご不明点がございましたら、カスタマーサポートへご連絡下さい。
※登録ユーザーの上限は、ご契約のプランにより異なります。

- ①契約開始日 : ferret Oneツールご利用開始日です
- ②契約終了日 : 解約手続きもこちらから行えます

※以下③～⑩はご契約中のプランとその使用状況を見れます

- ③月間メール配信数 : プランにより上限が変動
- ④見込み顧客 : プランにより上限が変動
- ⑤SEOキーワード数 : プランにより上限が変動
- ⑥ファイル・イメージサイズ : 100Gまで
- ⑦ユーザー数 : プランにより上限が変動
- ⑧公開ページ数 : 無制限
- ⑨フォーム数 : 無制限
- ⑩カスタム項目 : 今後追加予定の機能です

- ⑪オーナー設定 : オーナーのみサイトオーナーの変更が可能
- ⑫ユーザー追加 : オーナーが ユーザーを追加 できます
- ⑬招待済みユーザー : ユーザーが招待を承認してログインするとアクティブになります。権限変更もこちらから可能です
- ⑭招待中ユーザー : ユーザーが招待を承認していない場合の表示です

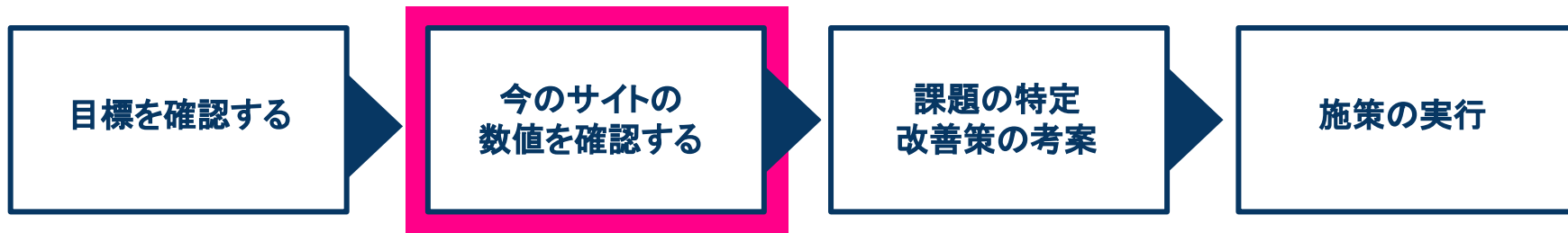
ferret Oneでできる レポート確認とデータ分析方法

- 日次・月次でPDCAを回す -

■ Check: 目標と現状のギャップを確認する

目標や仮説がないまま、アクセスレポートを見ても次の打ち手にはつながりません。

まずは月1回ほどの頻度を目安に、目標と現状のギャップを把握し、テコ入れが必要な箇所を見つけましょう。



NOTEで管理しましょう

サイト概況 (ダッシュボード)												
項目	1年目 1月	1年目 2月	1年目 3月	1年目 4月	1年目 5月	1年目 6月	1年目 7月	1年目 8月	1年目 9月	1年目 10月	1年目 11月	1年目 12月
訪問数												
PV数												
平均ページビュー数												
平均滞在時間												
直帰率	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
コンバージョン数												
実コンバージョン数: 合計	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
実コンバージョン数: サービス①												
実コンバージョン数: サービス②												
実コンバージョン数: サービス③												
コンバージョン率	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
離脱化数												
離脱化率	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
受注数												
受注率	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

■ 下記に当てはまったらサイト改善を

- サイト訪問数が伸びてきた(月間アクセス 1,000以上)
- 複数の検討度合いに応じた CVポイントが設置されている
- 訪問数は伸びているが、CVRが悪い(1%未満) / CVがない

ferret OneのCMS機能について

BtoBマーケするなら
ferret One

■ferret One全体について

ferret Oneでは以下の機能をご利用いただけます。

Webサイト制作

サイト分析

ブログを書く

メール
マーケティング

資料DL設定

問い合わせ管理

外部ツール連携

目標の進捗や上位のLPなどの表示
全体の数値確認

ページ作成・一覧、フォーム作成

ブログ作成・一覧

MA機能(キャンペーン設定・SNS・メール
マーケティング関連)

画像・ファイルの格納・一覧

サイト分析・数値レポート

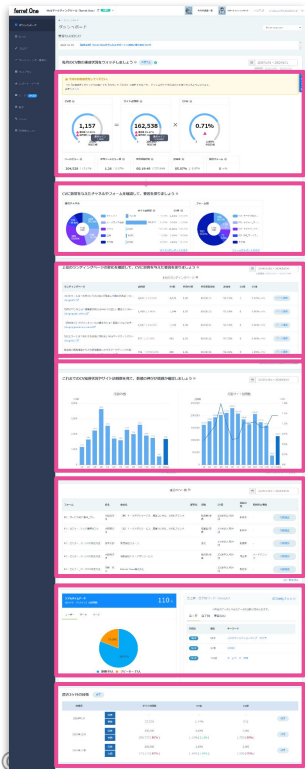
問い合わせ管理・見込み顧客一覧

ツールの各種設定・外部ツール連携・
契約情報管理

テクサポ履歴・施策カレンダーなど



■ダッシュボードについて:まずは毎日ダッシュボードを見ましょう！(重要な項目が並んでいます)



ダッシュボードTOPの目標数値の達成状況を日次で確認しましょう。
目標に対しての進捗を確認し、今月の達成見込みなども見て、当月もしくは来月以降の施策選定に役立てましょう

どのチャンネルの訪問数が伸びているのか？CVはどこからとれているのか？を確認しましょう

CVに繋がるのはどのページからランディングしたユーザーなのか？を確認しましょう

CVやサイト訪問数の月別推移をみて、この数値の上下は問題ないのか？施策の効果か？時期的な要因か？を確認しましょう

直近のCV一覧です。

サイトに訪れているリアルタイムデータを確認できます(リアルタイムで何人のユーザーがどのページを見ているか)。また、1日前のデータと比較したSEOキーワードの順位チェックも表示されるので、急下降しているキーワードがあればリライトなどを検討しましょう。

直近3ヶ月の目標が見れます。ハイ達成しているのか未達なのか確認し、その時の要因を確認し今後の施策に活かしましょう。

ferret Oneで見れる数値

■レポート・データについて

ここではサイト上のデータをレポートとして表示できます。データを用いて様々な角度からのサイトの分析が可能です。(特によく見る部分は)



■集客

- **アクセス・メモ**: ユーザーを時間別・日別・月別に表示し、各期間での訪問数やPV数といった違いを確認できます。メモではページ・ブログの新規公開/問い合わせ対応/メール配信/ソーシャル投稿などの行動が記録されます)
- **チャンネル**: ユーザーの流入元カテゴリ別に表示され、チャンネル別の訪問数やPV数といった違いを確認できます
- **流入元**: ユーザーの流入元サイト別に表示され、サイト別の訪問数やPV数といった違いを確認できます
- **参照元/メディア**: ユーザーの参照元とメディアが表示され、それぞれの訪問数やPV数といった違いを確認できます(参照元は流入元と同義、メディアは流入元の属性のレポート)
- **SEO**: キーワードを登録するとGoogleで検索した際の掲載順位が日々自動で計測され表示されます(登録後から計測開始)
- **広告レポート**: 各種媒体で行っているWeb広告のレポートをferret Oneで一括で確認することができます

■ユーザー

- **ユーザー属性**: ユーザーの属性別に表示され、属性別の訪問数やPV数といった違いを確認できます。サマリ/地域別/デバイス別/ブラウザ別/OS別の5つが確認できます
- **新規とリピーター**: ユーザーにおける新規ユーザーとリピーターごとの滞在時間やCV率などが確認できます

■レポート・データについて

ここではサイト上のデータをレポートとして表示できます。データを用いて様々な角度からのサイトの分析が可能です。(特によく見る部分)は

山 レポート・データ

集客

アクセス・メモ
チャンネル
流入元
参照元/メディア
SEO
広告レポート

ユーザー

ユーザー属性
新規とリピーター

行動

全ページ
ランディングページ
離脱ページ
イベント
ソーシャルアカウント

CV(コンバージョン)

フォーム
CV一覧

目標設定

■行動

- [全ページ](#): ユーザーが閲覧したページ別の計測値を表示します
- [ランディングページ](#): 閲覧開始のページを基準として、サイトへ訪れるユーザーの一連の行動を計測値として表示します
- [離脱ページ](#): ページごとに離脱ユーザーを表示します
- [イベント](#): ボタンパーツやイメージパーツにリンク設定をする際に、クリックイベントを設定することが可能です。ここでは設定したイベントの結果を確認できます(クリックが0件の場合は表示されません)
- [ソーシャルアカウント](#): 公開しているページ・ブログ記事・ランディングページの「いいね」「コメント」「はてなブックマーク」を一覧で確認できます

■CV(コンバージョン)

- [フォーム](#): フォームからのCV数の確認が可能。リードソースで絞ってCV総数を確認できます
- [CV一覧](#): フォームからのCV詳細の確認が可能。チャンネルごと・新規/リピーターごとなどで分けて見れます

■目標設定: 目標設定を行えます(ダッシュボードからもアクセス可能)

目標に対する進捗状況は？
訪問数とCV率のどちらに
課題があるのか？

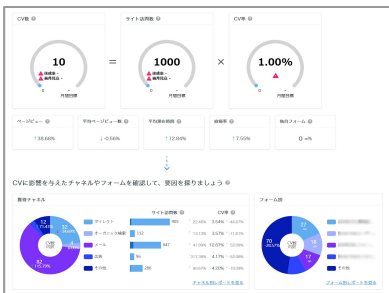
どの施策により予算や時間を
かけるべきなのか？

流入増加・CV獲得に向けて改
善すべきページは？
パフォーマンスの良い/悪い
ページはどこか？

どこでCVされているのか？
うまく獲得できているフォー
ムの特徴は？

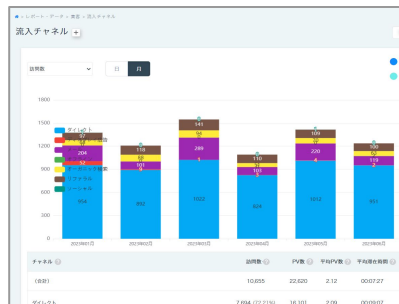
ダッシュボード

サイトの目標や指標に基づく
健康状態がわかる



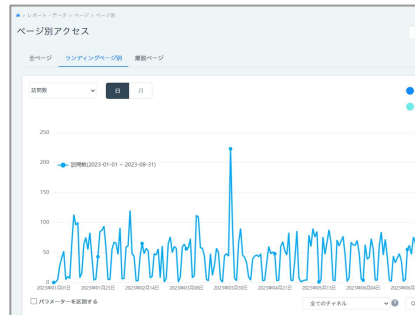
チャネルレポート

サイトへの流入経路が
確認できる



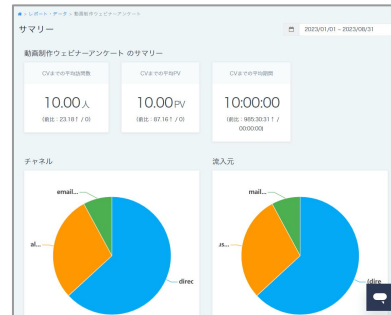
ランディングページ レポート

閲覧開始されたページ毎の
パフォーマンスを確認できる



フォームレポート

CVの傾向やフォームごとの
特徴がわかる

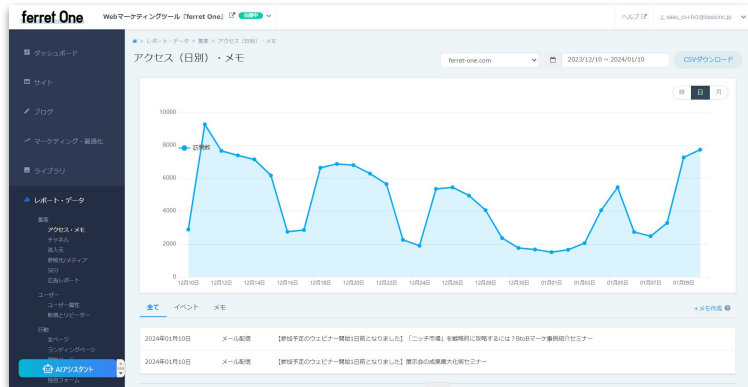


レポート・データについて

ferret Oneで分析できる内容の詳細

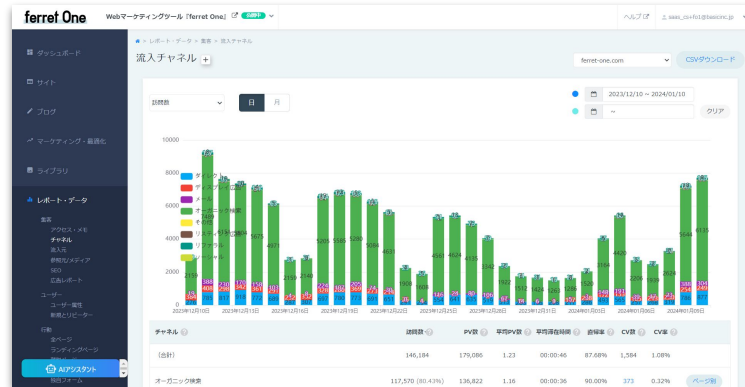
■集客について

①アクセス・メモ



地域別 : 地域に特化した施策を打っている場合に見るべき箇所
デバイス別 : PC/モバイルで、もしモバイルが多いのであればモバイルで見るユーザーのユーザビリティも気にかける(モバイル表示に追従バナーを付ける、モバイルで見やすい縦型資料を用意する、など)
OS別 : あまり気にしていない項目です
ブラウザ別 : もしEdgeなどが多ければレガシーな企業が多いかも?などの予想立てにも利用できます。

②チャンネル



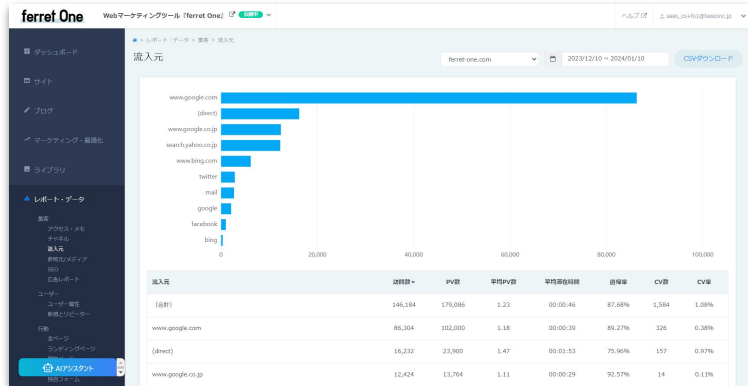
ここではどのチャンネルからの流入が多いのかを確認できます。
ダイレクトは再現性があまりないので大きな変化がない場合には特に見直しの必要はありませんが、パラメータ付与ができていない場合にダイレクト流入となっているケースがあります。 **正しく計測表示がされているか** は確認するようにしましょう。
リファラルは別サイトからの流入を表します。(コーポレートサイトや比較メディアなどの被リンクのあるサイトからの流入)

メインの施策にも寄りますが、オーガニックで流入が多く取れている状態が良いとされます。(広告からの流入は長期で見ると月々の費用がかかり続けること・資産として残らないことがあるため)
急な流入の上下が発生したときは「どうしてそうなったのか?どの施策の影響か?」を確認しましょう。

日次・月次で確認すべき事項

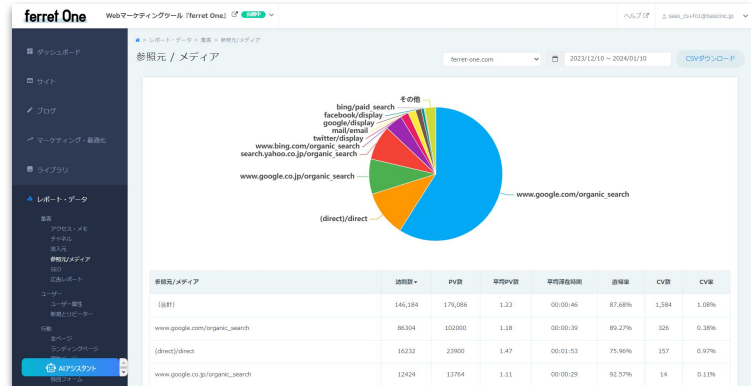
■集客について

③流入元



流入元としてどこからが多いのかを確認できます。
流入元としてGoogleとYahoo!、bingなどの検索エンジン、ソーシャルメディア、ダイレクトなど、どこからの流入が多いのか・どの流入からのユーザーがエンゲージメントが高いのか、など主要なソースの確認をしてください。
SNSなどにも出している場合は twitter、Facebookからそれぞれどのくらいの流入があるのか？なども確認できます。

④参照元/メディア



ユーザーの参照元とメディアからの各数値を確認できます。(参照元は流入元と同義、メディアは流入元の属性のレポートです。左の流入元 + 流入のチャンネルを合わせて確認できます)

Google/Yahoo!などの検索エンジンからのオーガニック流入や、twitterやFacebookなどからは「ディスプレイ広告」で入ってきていることが確認できます。

どの流入元・チャンネルからどれくらいの成果が出ていて、CV発生に寄与しているものはどれか？を確認しましょう。成果がでているものに追加で投資していけると◎

■集客について

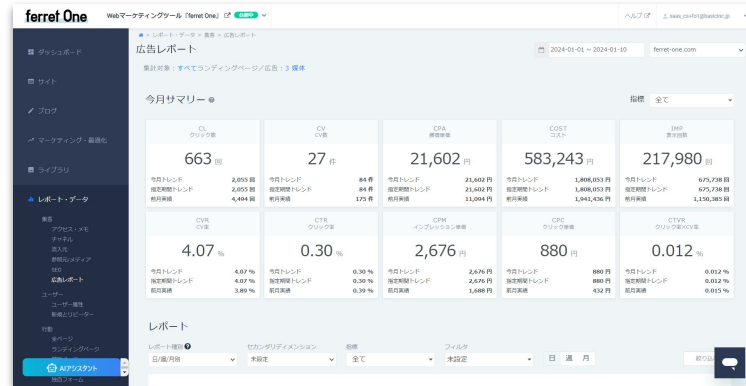
⑤SEO



任意で登録いただいた KWについて、Googleで検索した際の掲載順位が日々自動で計測され表示されます(KW登録後から計測開始)

まずはサイト全体で取りたい KWを登録、ブログ記事などを書く際は「狙っている KW」を登録します。対象 KWでの流入数なども確認でき、その KWで検索したユーザーがランディングでどの URL・ページに入ってきているのかも見れます。KWごとの順位の上下を確認し、急激に下がってしまったものはリライトなどの対応をしましょう。

⑥広告レポート(※現在非表示)



※複数の広告を実施しているお客様向けです。表示希望があれば [こちら](#)を参考にテクニカルサポートまでご依頼くださいませ

※それぞれの広告レポートは「**キャンペーン**」から確認できます

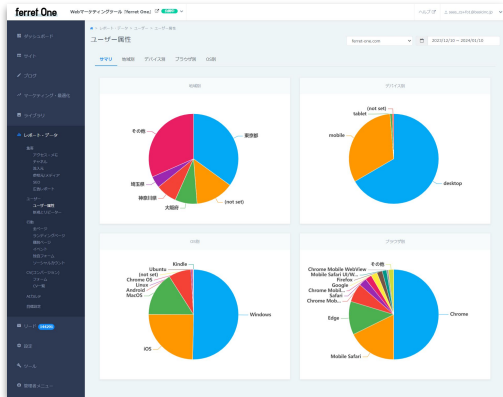
各種媒体で行っている Web 広告のレポートを ferret One で一括で確認することができます。(Google 広告 / Yahoo! 検索広告 / Yahoo! ディスプレイ広告 / Facebook / X (旧 Twitter) / Criteo)

登録している広告の全ての数値を一括で見ることができ、キャンペーンやランディングページ別に絞り込むこともできます。

日次・月次で確認すべき事項

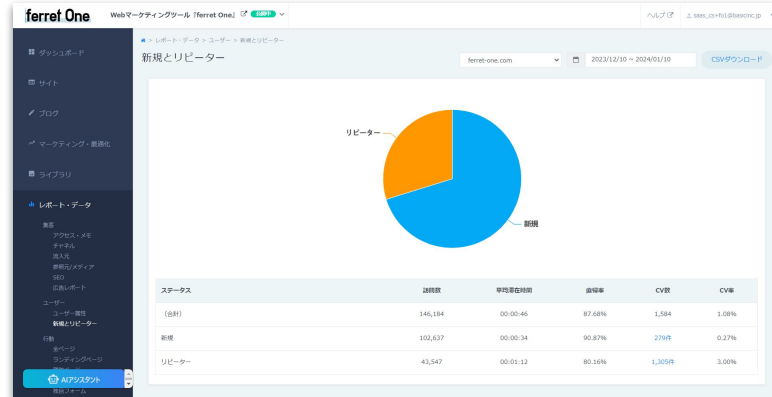
■ユーザーについて

①ユーザー属性



地域別: 地域に特化した施策を打っている場合に見るべき箇所
デバイス別: PC/モバイルで、もしモバイルが多いのであればモバイルで見るユーザーのユーザビリティも気にかける(モバイル表示に追従バナーを付ける、モバイルで見やすい縦型資料を用意する、など)
OS別: あまり気にしていない項目です
ブラウザ別: もしEdgeなどが多ければレガシーな企業が多いかも?などの予想立てにも利用できます。

②新規とリピーター

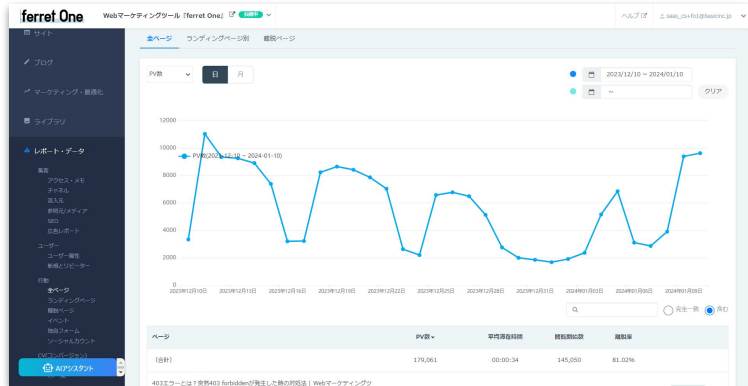


新規/リピーターのそれぞれの数値が見れるため、
新規が多い場合 ・順調に新規がとれています。リピーターが大幅に少ない場合は日々の更新やコンテンツの拡充などをしてまた来てもらえるサイトを意識しましょう。
リピーターが多い場合 ・ファンがついている証拠ですが、新規が取れていないことがネックになりそう。流入増加の施策(広告やSEO記事)で新規の獲得もしていきましょう

※弊社の場合、再訪しての CVが多いため、OneTip記事などを見てもらってから何度か再訪していただいでCVに至るパターンが多いです！

■行動について

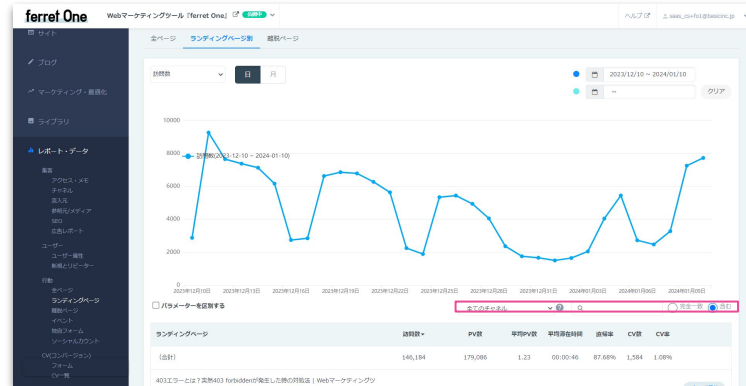
①全ページ



全ページのレポートでは、ユーザーが閲覧したページ別の計測値を表示します。(ページ別の改善指標として参考にしてください)
検索窓で「/blog・含む」で検索すると /blog以下のページの成果なども確認できます。

例えば・
平均滞在時間が短いページ ..ページ内の要素を増やす、あるいは視認性改善
離脱率が高いページ ..ページ内の要素を増やす、あるいはサイト内回遊を促すためにサイト内リンクを付ける などで

②ランディングページ



ランディングページのレポートでは、ユーザーの一連の行動を「閲覧開始のページを基準にした計測値」として表示します。(全ページのレポートと違い、CVまでを追うことができます)
検索窓で「/blog・含む」で検索すると /blog以下のページの成果なども確認できます。

例えば・
平均PV数が低いページ ..サイト内回遊を促すために改善
CVRが低いページ ..改善できる点がないか確認(CVポイントは置いているか? など)
CVがあるページ ..該当のリードがどのような経路で CVに至ったかを見れます(行動履歴機能が必須)

■行動について

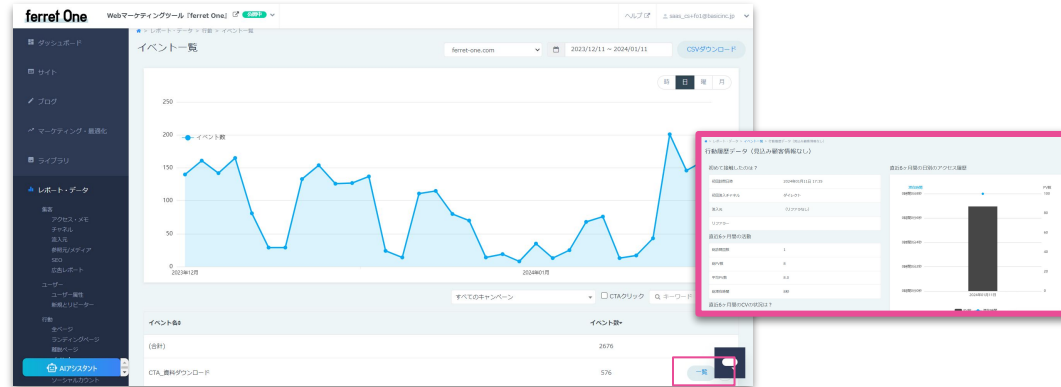
③離脱ページ



ユーザーの離脱状況をページ別に表示し、ページ別の訪問数や PV数、離脱率といった違いを確認できます。(ページ別の改善指標として参考にご覧ください)

※全ページでは離脱率しか見れないため、数を見たい場合はこちらをご参照くださいませ。

④イベント



ferret Oneでボタンパーツやイメージパーツにリンク設定をする際に、クリックイベントを設定することが可能です。イベントレポートでは、設定したイベントの結果を確認できます。

ボタンや画像を変えて効果測定を行ったり、ページ上部下部といった配置による効果測定を行うことができます。

※イベント名はイベント設定しただけでは表示されず、イベントが発生したものしか表示されません。イベント名は任意での設定になるため、細かくイベント設定をしていく場合は分かりやすい設定を心がけましょう。

また、イベント設定されている CTAをクリックした場合、CVLしない個人名は取得できませんが「一覧」→「行動履歴」を見ることができます(※右図)

日次・月次で確認すべき事項

■行動について

⑤ソーシャルカウント

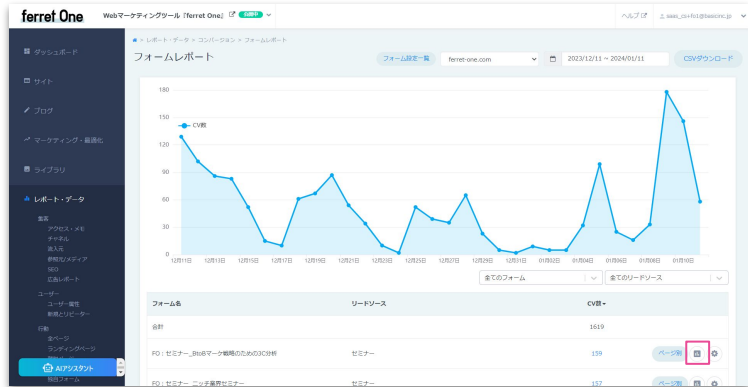
URL	タイトル	いいね リツイート	コメント	ブック マーク
/blog/inside	製品マーケティング成功のコツとは？メディア「One Top」	0	0	0
/faq/04208	「サイト集込み」コメントを監視しました！ ferret One (フェレットワン)	0	0	0
/help	ヘルプセンター フェレットワンに関するお問い合わせ先「ferret...」	0	0	0
/info	お知らせ ferret One (フェレットワン)	0	0	0
/login	ログイン画面 ferret One (フェレットワン)	0	0	0

公開しているページ・ブログ記事・ランディングページの「いいね」「コメント」「はてなブックマーク」を一覧で確認することができます。

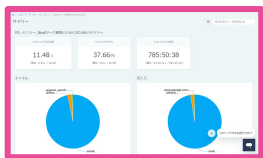
※BtoBだとあえて押すユーザーはあまりいないため、このカウントについてはあまり注目する必要はありません

■CVについて

①フォーム



ここではフォームごとのレポートを確認することができます。どのフォームからの CVが多いのか、フォームに設定する **リードソース** ごとに成果を見ることが可能です。各フォームのレポート(上図赤枠)より、フォーム別にサマリーを表示できます。「チャンネル」「流入元」「ランディング」「新規・リピート比率」「デバイス比率」ごとに円グラフを表示。詳細ボタンをクリックで CV一覧に遷移し、CVしたユーザーを確認できます。



②CV一覧

流入元	結果	流入元	チャネル	詳細URLページ	会社名	品名	数量	PV数	
PC	2024年12月13日 17:19	www.google.com	オーガニック検索	【新着】「新着」から「新着」まで、最新のコンテンツを掲載 Webマーケティング ferret One			1	2	詳細
PC	2024年12月13日 16:24	www.google.com	オーガニック検索	【新着】「新着」から「新着」まで、最新のコンテンツを掲載 Webマーケティング ferret One			3	4	詳細
PC	2024年12月11日 16:23	www.google.com	オーガニック検索	マーケティングとは？ 初心者でもわかる解説 Webマーケティング ferret One			1	2	詳細
PC	2024年12月11日 16:06	www.google.com	オーガニック検索	ペルソナ設定のやり方 初心者でもわかる解説 Webマーケティング ferret One			1	5	詳細
PC	2024年12月11日 15:30	mail	メール	【12月11日】年末最後のセール 「タコソフト」から始める「Webマーケティング」 ferret One			15	26	詳細
PC	2024年12月13日 15:26	www.google.com	オーガニック検索	【新着】「新着」から「新着」まで、最新のコンテンツを掲載 Webマーケティング ferret One			2	3	詳細

ここではCV一覧を確認できます。フォーム、チャネル別での絞り込みや、新規 / リピーターなどでも並び替えが可能です。※お問い合わせを削除すると CV数から除外されます

該当の月の新規 CVは何件か、リピートの CVは何件かを見て、新規リード獲得数なども確認しましょう。

※管理画面 > リード > お問い合わせでも CV一覧を確認できます(お問い合わせと CV一覧では絞れる項目が違います)

日次・月次で確認すべき事項

■目標について

①目標設定

2023年	CVR	CVR	サイト訪問数 (自動計算)
1月	2000	1 %	200000人
2月	2000	1 %	200000人
3月	2000	1 %	200000人
4月	2000	1 %	200000人
5月	2000	1 %	200000人
6月	2000	1 %	200000人
7月	2000	1 %	200000人

毎月の目標を年の初めに入れます。

売上から逆算した CV 数の目標数を入力。合わせて、自社の今までの CVR を参考に目標の CVR を入力しましょう。サイト訪問数の目標数値は CV 数・CVR から計算され、自動で入力されます。

※弊社の場合は理装値である「サイト全体で CVR1%」を目標に入れています。指名検索が多い TOP ページや潜在層の流入が多いブログ記事などでは CVR が大きく異なる可能性があるため、日次・月次で数値分析をする際にはページごとに細かく確認しましょう。

▼ダッシュボードで進捗を確認できます



目標設定を入力することで、その目標に対する進捗確認ができます。

CV 数とサイト訪問数では「当月見込」の数値も出るので、今月どれくらいで着地をしよう、という目安を元に来月以降でやるべき施策の見直しなども行ってください。

ダッシュボードではざっくりとした全体の数値を見ます。

分析方法について

施策別で数値を分析するおすすめの方法

施策別で確認すべき事項

記事施策の場合に確認したい項目

1. レポートデータ > ランディングページ
2. 検索窓に「/xxx」(ブログの URL)を入力、「含む」で検索
 - ferret Oneのサービスサイトの場合は「<https://ferret-one.com/blog>」なので「/blog」と入力
 - 必要であれば期間の指定(先月の数値など)
3. 訪問数が多い順番で並んでいる → CV数が多い順に変更 (CV率が高い順 など可)

ランディングページ	訪問数	PV数	平均PV数	平均滞在時間	目標率	CV数	CV率
(合計)	129,837	148,585	1.14	00:00:35	90.21%	299	0.23%
403エラーとは? 突然403 forbiddenが発生した時の対処法 Webマーケティングツール Ferret One... /blog/403	23,964 (18.45%)	25,035 (16.85%)	1.04	00:00:12	96.37%	1	0.00%
【英文あり】アポイントメールの書き方とは? 機能に関する内容と本文 Webマーケティングツール Ferret One... /blog/apointment-email	5,160 (3.97%)	5,517 (3.71%)	1.07	00:00:28	93.31%	0	0.00%
引用のやり方は? 編集者が使えるWebでの正しい書き方 Webマーケティングツール Ferret One... /blog/quote-online	5,146 (3.96%)	5,482 (3.66%)	1.07	00:00:20	93.80%	0	0.00%
502エラーとは? 発生する原因と対処法 Webマーケティングツール Ferret One... /blog/502	4,059 (3.09%)	4,139 (2.79%)	1.03	00:00:14	97.26%	0	0.00%



ランディングページ	訪問数	PV数	平均PV数	平均滞在時間	目標率	CV数	CV率
(合計)	129,837	148,585	1.14	00:00:35	90.21%	299	0.23%
30分間のテンプレート事例集 BtoBで成果を出すためのコツ Webマーケティングツール Ferret One... /blog/3c-template	739 (0.58%)	1,198 (0.81%)	1.58	00:01:46	68.64%	37	4.87%
ホワイトペーパーとは? 読者が欲しくなる資料の書き方 Webマーケティングツール Ferret One... /blog/whitepaper_questions	2,665 (2.05%)	3,646 (2.45%)	1.37	00:00:48	86.45%	27	1.01%
【やりやすさ】SEO分析とは? テンプレートを使ったかんたんSEOのやり方 Webマーケティングツール Ferret One... /blog/pest	935 (0.72%)	1,360 (0.92%)	1.45	00:01:46	67.81%	22	2.35%
【9分でわかる】SEO分析とは? テンプレートを使ったかんたんSEOのやり方 Webマーケティングツール Ferret One... /blog/3c	1,654 (1.27%)	2,069 (1.39%)	1.25	00:00:58	84.10%	18	1.09%

4. それぞれの改善ポイントを見つけて施策の改善に取り組む

- 訪問数が多いページ → 流入は取れているけどCVに繋がっていない原因は何か? CVポイントやサイト内回遊を促せているか?
- 実際にCVに繋がったページ → CV率が低ければ上げる方法はないか? **ブログに絞った時のCVRの理想: 0.3~0.5%程度**
- CV率が高いページ → このページに流入が多ければもっとCVが増えるかも。他ページ・ブログからの導線を用意
- → CVした人の行動履歴も見てみる (A記事を読んだ人は次にB記事を読んでサービスページに遷移する王道パターンの発掘など)

施策別で確認すべき事項

振り返りを行う場合に確認したい項目

1. レポートデータ > チャンネル (1年間・半年間など、見たい期間を指定して月別表示)
2. 全体を見てどのチャンネルからの流入が多いのか確認
 - **ダイレクト** : ダイレクトの再現性はないが、何か要因がないか確認 (オフラインイベントで QRコードを配布したがキャンペーンソースのつけ忘れでダイレクトになっている、他のツールからメルマガを送付してキャンペーンが適切にセットされていなくてダイレクトになっている など)
 - **広告** : 実施している場合は順調に成果がでているか確認できます。広告運用中は短いスパンで広告成果を確認するようにしましょう。
 - **メール** : 送ったメルマガからの流入を示すため、送る回数や内容からどのメルマガがヒットしていたのか?なども確認
 - **オーガニック** : 急上昇・急下降している月の要因を Googleトレンドや Googleサーチコンソールを見て探る、記事の更新を止めると流入も下降傾向になることがある
 - **リファラル** : 被リンクのあるサイトからの流入。比較サイトなどにも出稿していれば流入元と合わせて成果を見るようにする
 - **ソーシャル** : SNS発信をしていればどの投稿が興味関心を持たれたのか確認。また、特に自社で SNS発信はしていなければ、誰かが良い/悪いの発信をしてくれている可能性があるので検索してみる
3. それぞれの改善ポイントを見つけて施策の改善に取り組む
 - 訪問数が多いページ → 流入は取れているけどCVIに繋がっていない原因は何か? CVポイントやサイト内回遊を促せているか?
 - 実際にCVIに繋がったページ → CV率が低ければ上げる方法はないか? **ブログに絞った時のCVRの理想: 0.5%程度**
 - CV率が高いページ → このページに流入が多ければもっとCVが増えるかもしれません。他ページ・ブログからの導線を用意
 - → CVした人の行動履歴も見てみる (A記事を読んだ人は次B記事を読んでサービスページに遷移する王道パターンを発掘など)

BtoBマーケするなら ferret One



ferret Oneサポートコンテンツサイトを見る



BtoBマーケするなら ferret One