

# 第3回ECカフェ大分

そのネットショップ(ホームページ)誰かに見られていますか？

開始14:00～16:00終了(途中休憩あり)

※スライド資料は希望者の方にPDFデータを差し上げます。アンケート最後にメールアドレスをご記入ください。

ECカタリスト 矢幡正人

# 自己紹介

ECカフェ大分: 矢幡 正人 (ECカタリスト)

日田市在住 1972年5月20日生 (43歳) 独身 両親と3人暮らし

コズミックトイボックス: レゴブロック専門通販サイト運営

Amazon.co.jp 大口出品者

アメコミおもちゃ情報ブログ運営

前職: 派遣社員



# レゴブロック専門通販サイト運営

平成26年3月開業 大手通販サイトAmazon.co.jpマーケットプレイスにて、LEGO(レゴ)海外限定品を米国より個人輸入して玩具販売を始めました。

海外限定流通のレゴに焦点を絞り、海外レゴマニアを常にギークウォッチし続け、レゴオフィシャル発表よりも前に新商品情報を仕入れ、ブログ(最高月間10万PV)等で情報発信しております。

オレゴン州ポートランド在住、現地日本人スタッフと連携して並行輸入にて商品をお届けしております。



# ECカフェとは？

ECカフェは、ECカタリストが運営する、ネットショップ担当者様が「売上達成」や「海外への販売」等の目標を達成するために安心して活用できるコミュニティ(勉強会)を目指しています。

(ECとは、電子商取引: インターネットやコンピュータなど電子的な手段を介して行う商取引の総称。)

後援: 独立行政法人中小企業基盤整備機構(中小機構)



# ECカタリストとは？

ECカフェの理念に賛同し、

- ① 中小企業基盤整備機構が実施する「ECカタリスト研修会」に参加した
- ② 中小機構主催のセミナーに講師として登壇した
- ③ 中小機構の販路開拓支援アドバイザーの推薦を受けた のいずれかを満たし、中小機構に登録された方を「**ECカタリスト**」と呼びます。

# 本講座のゴール！

人様から見られるネットショップ(ホームページ)にしよう！

1部 ネットショップを始める前に大切な戦略を立てましょう！

大事なC.T.P・・・コンセプト・ターゲット・ポジショニング

競合の調査！・キーワードを知ろう！

2部 アクセス解析の基礎を知ろう！

無料で高性能アクセス解析ツール

質疑応答 アンケート記入にご協力ください。

# ネットショップって何店舗あるの？

Amazon、ヤフーショッピング、楽天市場の大手3モールの店舗数をご紹介します。

Amazon                      2015年6月：178,000店舗

ヤフーショッピング      2015年9月：340,000店舗

楽天                          2015年12月：41,489店舗

多くのネットショップの中から選ばなければいけない！

# 1部 始める前に大切な戦略！

C...**コンセプト** <何屋か？一発でわかる>

商品の特性、個性をはっきりさせる。

T...**ターゲット** <誰に？一人に絞る！>

狙うお客さまの明確化

P...**ポジショニング** <立ち位置、差別化>

市場における自社の位置



# 溢れるネットショップの中で選ばれる為！

消費者の行動は、価格比較サイト(価格.com)で比較され

最安値商品を買っている。 価格競争！

比較されない為に→ **唯一化**！

唯一化とは、日本中、世界中探しても当店でしか手に入らない商品、サービスの提供。

選ばれる為に重要なことは？ **大前提**！



# コンセプトを明確に～

コンセプトとは、簡単に言うと・・・

- ・一発で**何屋さん**が分かる
- ・一発で『**自分に関係する**』と思われる

サイトを開いて、3秒以内に何屋かわかるか？

事例：[某通販サイト](#)

※なぜ大事か？直帰率にかかわる

# ターゲットを明確に～

ターゲットは……絞る！

特定の一人を決めましょう！

※なぜか？みんなが欲しがる商品はない！

# ターゲット設定～ペルソナ～

(仮名)小田圭一氏 東京都在住、43歳、独身  
1級建築士、お金があるが時間がない。

趣味

SF映画やアメコミやフィギュアが好き……

＝関東に住む自分のような趣味を持つ人！  
コズミックトイボックスの場合

# コンセプト設定の3W2H

**Why?**なぜ あなたはなぜホームページ(ネットショップ)を作るのですか？

**Who?**誰に どんな人を買ってもらいたいのか？年齢、性別、職業、具体的な人物

**What?**何を どんな商品を売るのですか？特徴は？他社にない強みは？

**How much?**いくらで 激安か？高級路線か？

**How?**どのように 販売戦略、何をどうアピールするのか？

# ポジショニング～立ち位置・差別化～

## 競合調査

自分の立ち位置を知るために！

ショッピングモール＝(楽天)ランキング

独自ドメイン店＝検索の上位表示 [レゴ通販](#)

PPC広告

# 自分のホームページより上位表示店を調査

競合調査サイト

[S.E.Oチェキ!](#) 無料で使えるSEOツール

サイトボリュームやキーワード、ドメイン取得年月日(いつからやっているサイトか?)

[SimilarWeb](#) (シミラーウェブ) 競合サイトを丸裸にするWEBサイト分析ツール

※なぜ競合調査するのか? **差別化の為!**

# ネットショップに完成はない！ 開設してからが始まりです。

よくある放置されているホームページの実態！

新商品が変わらない！

売れ筋ランキングの更新がない！

最新情報が『2013年ホームページ開設しました！』・・・

以降、更新されていない！

※web製作会社に依頼して自身で更新できない！



# ネットショップは作っただけでは売れない！

ネットショップは大海原にポツンと浮かぶ無人島のようなもの！

オープンしただけでは誰も来てくれません！ **検索**してわざわざ来てもらう！

**検索**さえもされていない。



検索されるには！みんなが調べている  
キーワードを知ろう！

## goodkeyword

検索エンジンユーザーがメインキーワードを使って検索する際に、どの複合キーワードを使っていることが多いか、ということを見つけてくれる。

※そのキーワードを参考に自分のネットショップのコンテンツにする。

店長日記やこだわり記事..コラム等

# 1部終了

ネットショップ、ホームページの開設は現在様々な方法があります。

**モール型**: 楽天市場・ヤフーショッピング・★アマゾン・DeNAショッピング

**独自ドメイン型**: メイクショップ・カラーミー・★[ショップサーブ](#) (Eストアー)

**無料ネットショップ**: BASE (ベース)・Stores.jp

**無料ホームページ**: wix・Jimdo…….※[ネットショップ開業比較サイト](#)

アマゾンからショップサーブでのネットショップ立ち上げは第1回ECカフェの資料

## 2部 アクセス解析の基礎を知ろう！

ネットショップ、ホームページ(HP)開設前でも知っておくとお得な知識！

アクセス解析とは？

Webサイトのアクセス状況を把握し、それをHP運営に活かす。

どんな人がホームページを訪れて、どのページを見てくれて、どのようにしてページから離れていくのか？

アクセス解析サービスの[Googleアナリティクス](#)



# グーグルアナリティクスとは？

特徴：**無料**で使えるアクセス解析サービス

**Google**の技術により高度な信頼と安定した運用

有償ツールにひけをとらない**多機能**さ

プロからアマチュアまで広く利用されている

多くの人に利用されているため、技術ノウハウが豊富

※使えるサイトを確認しておく。**モール型**では使用できない。

# グーグルアナリティクスで何がわかる？

訪問者が検索したキーワードがわかる

どんな人がどこから訪問したかわかる

訪問者の行動を把握できる

サイトの内の人気ページや不人気ページ

サイトの問題のあるページ

参考：[Google Analyticsをコマースサイトで活用していくための基礎知識](#)

# グーグルアナリティクス導入

グーグルアナリティクスの導入には

[厳選4選！ Google Analytics導入・設定のための情報満載の参考サイト](#)

グーグルアナリティクス書籍

# アナリティクス設定しないと損するもの

- eコマース機能
- 目標設定
- 社内アクセスの除外

自分たちのアクセスを計測してしまっている。



# アナリティクス挫折ポイント

アナリティクスの用語がわからない！

[【2016年版】Googleアナリティクスの用語集](#)

用語を理解する。

# アナリティクス5つの基本メニュー

- 1・リアルタイム・・・アクセスを**リアルタイム**表示
  - 2・ユーザー・・・【**ユーザー像**】どのデバイスでどんな人がどの地域から
  - 3・集客・・・【**流入**】どんなルートでどんなキーワードで訪れたか
  - 4・行動・・・【**回遊**】どのページが見られたか、訪問者の行動
  - 5・コンバージョン・・・【**成果**】目標やEコマースなど目標達成
- 実際のアナリティクス画面で・・・

# 集客サマリー

- Organic Search

YahooやGoogleなどの自然検索からのセッション

- Paid Search

検索連動型広告からのセッション  
セッション

- Display

YDNやAdWordsのディスプレイ広告からのセッション

- Direct

ブックマークなどの直接のセッション

- Referral

個人ブログなどの他サイトからのセッション

- (Other)

Google アナリティクスで上手く分類できなかったセッション

- Email

メールマガジンからのセッション

- Social

TwitterやFacebookからのセッション

# アナリティクス キーワード

場所: レポート > 集客 > キャンペーン > オーガニック検索

**オーガニック検索**? 自然検索... 訪問者がキーワードを入力して訪問

**ポイント!** 直帰率 (40~60%の間)

ページ/セッション = 回遊 (**3**ページ以上)

平均セッション時間 (訪問時間) = (**2**分以上)

コンバージョン率 1%以上

# 訪問者の行動

一番見られているページ

行動＞サイトコンテンツ＞すべてのページ

着地ページ 行動＞サイトコンテンツ＞＞ランディングページ

サイトから離脱 行動＞サイトコンテンツ＞＞離脱ページ

改善：ページ/セッションや滞在時間が短い→関連商品やリンク

# 買ってる人はどのくらい見ている？

購入に至った訪問者は**10ページ**以上見ている

購入に至った訪問者は**10分**ぐらい滞在している。

より多くのページを見てもらって長く滞在してもらおう。

※極端に長く滞在している場合は**迷子**になっている！

# 仮説を立てて改善する！

Plan(プラン)→Do(ドゥー)→Check(チェック)→Action(アクション)

P・計画(仮説を立てながら注文ページを考える)

D・実行(注文ページを作る)

C・評価(注文ページにアクセスあるが、注文がない！カートボタン気づかない)

A・改善(注文ボタンを目立たせる・カートボタンを大きく！)

# 大事な目標設定

目標達成に至ったプロセスを見ることができる。

目標: 注文完了、お問い合わせ、資料請求、メルマガ登録など...

ネットショップ: カートに入れてどこで買い物をやめたか(カゴ落ち)

改善に役立てる! 目標を設定しないサイトは意味がない!



# アナリティクス私のオススメの機能

グーグルアナリティクスは高度な解析ができる反面、初心者には分かりづらい  
ページ上のどのリンクのどこが**一番クリック**されたか**視覚的**に教えてくれる

最強ツール！ **ページ解析**

行動 > ページ解析

# アナリティクスと一緒に活用オススメのツール

ヒートマップ分析 (PC版無料お試し) モバイル版有料

<https://www.brick.tools/applications/heatmap/>

**スクロール**: 画面のどこまで表示されたか、スクロール到達率を可視化します。

**クリック**: ユーザーが実際にクリックしているポイントを可視化します。

**マウス**: マウスの動きから、ユーザーがどこに注目しているかを可視化します。

実際の画面・・・

# 最後にネットショップ・ホームページは！

ネットショップ・ホームページは日々の積み重ね！

完成はない！開設してからが**始まり**です。

ほんの入り口、グーグルアナリティクスもまだまだ、奥が深いです！

ご静聴ありがとうございました。

質疑応答：質問は挙手にてどうぞ

アンケートご協力ください。希望者スライド資料はPDFデータ送信