

ソーシャルメディアからの CV 強化施策後の状況について

【成果】

2017年3月9日ご提案「ソーシャルメディアからの CV 強化のための協力施策について」レポート後ソーシャル経由ユーザーの行動を再度分析し前回より CV に寄与しているかを確認

【解析指標】

ソーシャル経由ユーザー

【アクション】

ソーシャル経由ユーザーの行動を分析し、ソーシャル経由の集客、CV のヒントを探す

【測定期間】

2017年5月1日～2017年6月30日
2017年1月1日～2017年2月28日
での比較

《チャンネル別セッション分布》

Default Channel Grouping	集客			行動				コンバージョン e コマース		
	セッション	新規セッション率	新規ユーザー	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間	e コマースのコンバージョン率	トランザクション数	収益	
	29.61%*	0.39%*	29.10%*	5.61%*	0.64%*	3.57%*				
	232,107 と 179,076	64.46% と 64.72%	149,617 と 115,890	36.51% と 38.68%	7.46 と 7.41	00:08:35 と 00:08:18				
1. Organic Search										
2017/05/01 - 2017/06/30	167,840 (72.31%)	68.82%	115,513 (77.21%)	33.53%	7.72	00:08:44				
2017/01/01 - 2017/02/28	126,766 (70.79%)	68.76%	87,169 (75.22%)	35.68%	7.76	00:08:26				
変化率	32.40%	0.09%	32.52%	-6.03%	-0.46%	3.68%				
2. Direct										
2017/05/01 - 2017/06/30	39,492 (17.61%)	70.63%	27,894 (18.64%)	46.61%	6.45	00:07:18				
2017/01/01 - 2017/02/28	33,544 (18.73%)	70.32%	23,588 (20.35%)	50.60%	6.13	00:07:16				
変化率	17.73%	0.44%	18.26%	-7.87%	5.10%	0.47%				
3. Referral										
2017/05/01 - 2017/06/30	10,538 (4.54%)	36.74%	3,872 (2.59%)	26.36%	8.94	00:10:40				
2017/01/01 - 2017/02/28	9,530 (5.32%)	37.42%	3,566 (3.08%)	28.91%	7.96	00:08:06				
変化率	10.58%	-1.81%	8.58%	-8.81%	12.24%	33.58%				
4. Email										
2017/05/01 - 2017/06/30	6,435 (2.77%)	18.73%	1,205 (0.81%)	59.92%	4.59	00:05:12				
2017/01/01 - 2017/02/28	3,806 (2.13%)	23.94%	911 (0.79%)	45.01%	5.60	00:06:10				
変化率	69.08%	-21.77%	32.27%	33.14%	-18.04%	-15.79%				
5. (Other)										
2017/05/01 - 2017/06/30	5,833 (2.51%)	5.31%	310 (0.21%)	40.41%	7.91	00:11:50				
2017/01/01 - 2017/02/28	4,234 (2.36%)	3.99%	169 (0.15%)	44.57%	8.17	00:15:00				
変化率	37.77%	33.15%	83.43%	-9.33%	-3.18%	-21.12%				
6. Social										
2017/05/01 - 2017/06/30	1,960 (0.84%)	41.99%	823 (0.55%)	54.13%	5.39	00:11:30				
2017/01/01 - 2017/02/28	1,182 (0.66%)	41.20%	487 (0.42%)	59.64%	4.91	00:06:43				
変化率	65.82%	1.91%	68.99%	-9.24%	9.80%	71.36%				

ソーシャル全体のセッション数は 160%アップ、
へとアップしていることがわかります。

《ソーシャルの分類分布図》

ソーシャルネットワーク	集客			行動				コンバージョン e コマース		
	セッション	新規セッション率	新規ユーザー	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間	e コマースのコンバージョン率	トランザクション数	収益	
	65.82%*	1.91%*	68.99%*	9.24%*	9.80%*	71.36%*				
	1,960 と 1,182	41.99% と 41.20%	823 と 487	54.13% と 59.64%	5.39 と 4.91	00:11:30 と 00:06:43				
1. Facebook										
2017/05/01 - 2017/06/30	953 (48.62%)	35.68%	340 (41.31%)	52.68%	3.54	00:06:43				
2017/01/01 - 2017/02/28	727 (61.51%)	33.01%	240 (49.28%)	60.66%	4.39	00:06:38				
変化率	31.05%	8.07%	41.67%	-13.16%	-19.39%	1.45%				
2. YouTube										
2017/05/01 - 2017/06/30	439 (22.40%)	22.92%	98 (11.91%)	41.91%	8.53	00:18:27				
2017/01/01 - 2017/02/28	132 (11.17%)	14.39%	19 (3.90%)	28.79%	12.45	00:17:23				
変化率	232.58%	55.09%	415.79%	45.59%	-31.50%	6.12%				
3. Twitter										
2017/05/01 - 2017/06/30	406 (20.71%)	71.18%	289 (35.12%)	74.38%	4.99	00:17:27				
2017/01/01 - 2017/02/28	133 (11.23%)	77.44%	103 (21.15%)	78.20%	2.59	00:01:48				
変化率	205.26%	-8.09%	180.58%	-4.87%	92.93%	873.34%				
4. Naver										
2017/05/01 - 2017/06/30	91 (4.64%)	53.85%	49 (5.95%)	39.56%	9.96	00:06:55				
2017/01/01 - 2017/02/28	88 (7.45%)	80.68%	71 (14.58%)	72.73%	2.70	00:01:00				
変化率	3.41%	-33.26%	-30.99%	-45.60%	268.12%	597.31%				

Facebook からのセッションが前回同様に最も多く

へと向上していることがわかります。

《アシスト CV チャンネル分布》

年初2ヶ月の CV はソーシャルは 15 でしたが、直近2ヶ月のソーシャルのアシスト CV は 6 倍近い 84 となりました。また、年初2ヶ月は 41 アシスト CV だったものが、直近はその倍の 84 アシスト CV となりましたので、継続的に投稿をアップしていただくことで、ソーシャルを経由したユーザーが間接的に CV に繋がることが増えてきたことが確認できます。

《ソーシャル経由アシスト CV 参照元分布》

Youtube からのアシスト CV が最も多いように思われますが、Facebook はデバイスによって参照元 URL が違っているために合算する必要があります。5 月～6 月の Facebook からは 37 (29+4+2+2) アシスト CV に繋がっています。1 月～2 月は 18 アシスト CV です。Facebook からのユーザーがアシスト CV に繋がっていることがわかります。

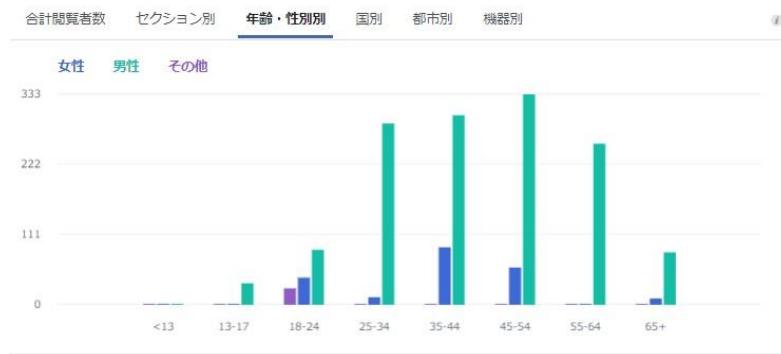
コンスタントに投稿をアップしていくことにより確実に CV に繋がってきていることが確認できます。

基本的に [redacted] アップしていただいておりますが [redacted] アップしていただけます。

しょうか？

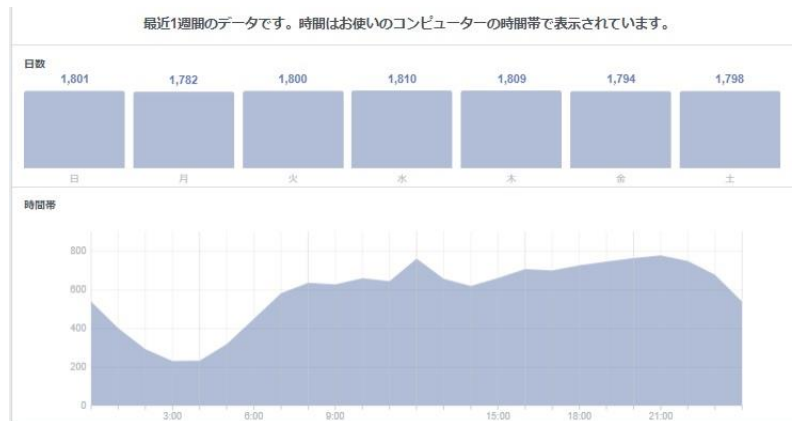
《参考》

6月1日～28日のFacebook ページ閲覧ユーザーの性別と年齢別分布図



男性ユーザーがメインになっていますので、男性ユーザーが好む情報をより提供していただくことが CV にも仮説をたてることができます。

直近1週間のFacebook ページアクセス時間



平日も週末も同じようにアクセスはありますが、時間帯は正午に一度ピークがきて、次は18時頃から増え始め、21時が最もアクセスのピークになっています。タイムラインに流れる際にアクセスピークにあわせていただくために、ピーク前の11時にアップしていただく日と18時にアップしていただく日としていただき、閲覧者のアクションの変化を確認していただきたいと思います。