

再訪問ユーザー（リピーター）が直帰する理由を検証し CV 向上を目指す

仮説) リピーターのアクセスが多いカテゴリページに新着情報掲載していただくことで回遊がふえ直帰率が減るという仮説

【解析改善 PDCA8月1日ご提案内容】

リピーターがオーガニック検索からの訪問が多いことから再度検索をして、LPが以前と変化がないと回遊せずにそのまま離脱してしまう可能性が高いという仮説がたちます。前述のとおりリピーターの収益率が高いことからリピーターの直帰を減らすことが重要であるために、リピーターの直帰が高い

次のページへの回遊を促すことをご提案いたします。

直帰リピーター訪問周期は1か月～6ヶ月まんべんなく分散していますので、
していただけますようお願ひいたします。

本レポートにより解析改善KPIはリピータユーザーの直帰率の減少にあります。

【比較計測期間】

2015年8月31日修正作業を行っていただいております。

掲載日：9月8日、9月9日、10月2日

(修正前)

2015年7月16日～2015年8月20日

(修正後)

2015年9月10日～2015年10月15日

【KPI】モバイルユーザーの直帰率の低下

《修正前後のリピーター直帰率数字的変移》

1. [REDACTED] mobile							
2015/09/10 - 2015/10/15	22,788 (86.55%)	13,521 (88.25%)	00:01:18	8,091 (90.55%)	54.80%	33.26%	
2015/07/16 - 2015/08/20	17,558 (83.71%)	12,189 (87.62%)	00:01:34	7,572 (88.67%)	59.14%	39.98%	
変化率	29.79%	10.93%	-17.07%	6.85%	-7.33%	-16.80%	

前年同月において解析設定がされていませんでしたので、前年同月比較ができませんので修正前と同日数にて修正後の解析比較をご報告いたします。

今回[REDACTED]掲載していました。リピーターのみにセグメントしかつモバイルユーザーでの直帰率を比較したところ直帰率が下がっており、また、[REDACTED]のアクセスも確認できることから仮説をたて作業を行っていただいたことは結果がでていることが確認できました。

