

スマホユーザーの直帰されるセッションと直帰されないセッションの比較分析し直帰率を減らす

【成果】

スマホユーザーの直帰されるセッションと直帰されないセッションを比較することで直帰されないページ構成を参考にページ改善を行う

【解析指標】

スマホユーザー直帰セッション、スマホユーザー直帰以外のセッションでセグメントし比較

【アクション】

スマホユーザーの直帰されるセッションと直帰されないセッションを比較することで直帰されないページ構成と直帰されるページの構成比較などを行い、直帰されるページはサイト内の回遊ができるようにまたCVがあがるようにページ改善を行う

【解析】

測定期間：2016年1月1日～2016年2月29日

測定対象：スマホユーザー直帰セッション、スマホユーザー直帰以外のセッション

※データ 1《直帰ユーザーと直帰以外ユーザーの比較》

Default Channel Grouping	集客			行動			エンバージョン <input type="checkbox"/> コマース <input checked="" type="checkbox"/>		
	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	コマースのエンバージョン率	トランザクション数	収益
モバイルトラフィック	81,696 全体に対する割合: 55.59% (144,354)	62.78% ビュの平均: 61.57% (1,07%)	51,292 全体に対する割合: 57.71% (88,883)	43.47% ビュの平均: 39.83% (9,14%)	5.91 ビュの平均: 6.04 (-14.93%)	00:07:47 ビュの平均: 00:08:29 (+9.29%)			
スマホ直帰あり	35,511 全体に対する割合: 24.60% (144,354)	65.74% ビュの平均: 61.57% (6,77%)	23,345 全体に対する割合: 26.26% (88,883)	100.00% ビュの平均: 39.83% (151,09%)	1.00 ビュの平均: 6.94 (-85.60%)	<00:00:01 ビュの平均: 00:08:29 (-100.00%)	0.00% ビュの平均: 1.48% (-100.00%)	0 全体に対する割合: 0.00% (2,136)	¥0 全体に対する割合: 0.00% (¥22,731,115)
スマホ直帰なし	46,185 全体に対する割合: 31.99% (144,354)	60.51% ビュの平均: 61.57% (-1,72%)	27,947 全体に対する割合: 31.44% (88,883)	0.00% ビュの平均: 39.83% (-100.00%)	9.69 ビュの平均: 6.94 (39.58%)	00:13:46 ビュの平均: 00:08:29 (62.27%)			

直近 2 ヶ月でのスマホユーザーの約 43.5%(35,511/81,696)が直帰セッション、約 56.5% (46,185/81696)が直帰以外のセッションとなっています。

※データ 2《直帰ユーザーと直帰以外ユーザーのランディングページ分布》

ランディング ページ	集客			行動			エンバージョン <input type="checkbox"/> コマース <input checked="" type="checkbox"/>		
	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	トランザクション数	収益	コマースのエンバージョン率
モバイルトラフィック	10,297 (12.60%)	81.09%	8,350 (16.28%)	30.23%	6.83	00:07:41			
スマホ直帰あり	3,113 (8.77%)	78.70%	2,450 (14.49%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	7,184 (15.55%)	82.13%	5,900 (21.11%)	0.00%	9.07	00:11:00			
モバイルトラフィック	10,278 (12.58%)	46.35%	4,764 (9.29%)	25.62%	9.54	00:11:01			
スマホ直帰あり	2,633 (7.41%)	45.01%	1,185 (5.08%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	7,645 (15.55%)	46.81%	3,579 (12.81%)	0.00%	12.49	00:14:49			
モバイルトラフィック	6,232 (7.63%)	81.07%	5,052 (9.85%)	61.78%	3.87	00:05:13			
スマホ直帰あり	3,850 (10.84%)	85.22%	3,281 (14.05%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	2,382 (5.16%)	74.35%	1,771 (8.34%)	0.00%	8.50	00:13:40			
モバイルトラフィック	5,587 (6.84%)	62.48%	3,491 (6.81%)	30.91%	7.32	00:09:06			
スマホ直帰あり	1,727 (4.86%)	64.79%	1,119 (4.79%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	3,860 (8.36%)	61.45%	2,372 (8.49%)	0.00%	10.15	00:13:10			
モバイルトラフィック	5,585 (6.84%)	64.28%	3,590 (7.00%)	30.21%	8.12	00:09:16			
スマホ直帰あり	1,687 (4.75%)	67.16%	1,133 (4.85%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	3,898 (8.44%)	63.03%	2,457 (8.70%)	0.00%	11.19	00:13:16			

セッション数が多いページはほぼ直帰なしのページセッションが多いのですが、そのなかで、直帰セッションが多いページがあります。

データ 3《 》ページ検索キーワード》

キーワード	集客			行動			エンバージョン 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	トランザクション数	収益	e コマースのエンバージョン率
モバイルトラフィック	2,784 (44.67%)	82.28%	2,290 (45.33%)	59.02%	4.20	00:06:03			
スマホ直帰あり	1,643 (42.68%)	85.45%	1,404 (42.79%)	100.00%	1.00	00:03:00			
スマホ直帰なし	1,141 (47.90%)	77.85%	886 (50.03%)	0.00%	8.81	00:14:46			
モバイルトラフィック	1,524 (24.45%)	85.96%	1,310 (26.93%)	71.00%	3.11	00:03:09			
スマホ直帰あり	1,082 (28.10%)	91.04%	985 (30.02%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	442 (18.56%)	73.53%	325 (18.35%)	0.00%	8.28	00:10:52			
モバイルトラフィック	1,257 (20.17%)	77.85%	976 (19.32%)	59.19%	4.19	00:06:05			
スマホ直帰あり	744 (19.32%)	79.84%	594 (18.10%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	513 (21.54%)	74.48%	382 (21.57%)	0.00%	8.81	00:14:54			
モバイルトラフィック	96 (1.54%)	83.33%	80 (1.58%)	72.92%	2.30	00:01:47			
スマホ直帰あり	70 (1.82%)	88.57%	62 (1.89%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	26 (1.09%)	69.23%	18 (1.02%)	0.00%	5.81	00:06:36			
モバイルトラフィック	64 (1.03%)	84.09%	41 (0.81%)	43.75%	4.12	00:06:56			
スマホ直帰あり	28 (0.73%)	78.57%	22 (0.87%)	100.00%	1.00	00:00:00			
スマホ直帰なし	36 (1.51%)	52.78%	19 (1.07%)	0.00%	6.56	00:12:20			

との検索ユーザーの約 71%(1,082/1,524)が直帰していることがわかります。このキーワードはでのアシスト CV もあがっていることが確認できますので、直帰を減らし、他の商品ページへ誘導し回遊率を上げることにより、さらに CV があがるのではないかと仮説をたてることができます。

※データ 4《 》のページの遷移》

ランディング ページ	2 ページ目	集客			行動			エンバージョン 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	トランザクション数	収益	e コマースのエンバージョン率
スマホ直帰なし		2,382 全体に対する割合: 1.85% (144,354)	74.35% ビュアの平均: 91.57% (20.75%)	1,771 全体に対する割合: 1.90% (88,883)	0.00% ビュアの平均: 39.83% (-100.00%)	8.50 ビュアの平均: 5.94 (22.44%)	00:13:40 ビュアの平均: 00:08:29 (60.95%)			
		445(18.68%)	75.96%	338(19.09%)	0.00%	4.97	00:23:27			
		122(5.12%)	77.05%	94(5.31%)	0.00%	7.20	00:10:25			
		114(4.79%)	82.49%	94(5.31%)	0.00%	8.24	00:05:28			
		105(4.41%)	70.48%	74(4.18%)	0.00%	11.43	00:10:31			
		102(4.28%)	72.55%	74(4.18%)	0.00%	7.97	00:10:31			
		56(2.35%)	71.43%	40(2.28%)	0.00%	10.54	00:11:24			
		49(2.06%)	85.31%	32(1.81%)	0.00%	10.73	00:18:25			
		38(1.60%)	76.32%	29(1.64%)	0.00%	17.81	00:24:52			
		35(1.47%)	68.57%	24(1.36%)	0.00%	10.80	00:13:28			
		35(1.47%)	68.57%	24(1.36%)	0.00%	13.60	00:20:31			

2 ページ目を確認すると同一ページを表示しているユーザーもいますが、これはユーザーであると思われる。

商品ページ及びよくある質問ページへの遷移の確認がとれます。

※データ 5《商品ページからの遷移》

ページをグループ化: グループ化されていません | 現在の選択範囲: | 表示する行数: 10

閲覧開始数 2016/01/01 - 2016/02/29: 17.87% | 離脱数 2016/01/01 - 2016/02/29: 31.31%

前のページ 2016/01/01 - 2016/02/29: 82.13% | 次のページ 2016/01/01 - 2016/02/29: 68.69%

前のページ遷移	ページビュー数	ページビュー数(%)	次のページ遷移	ページビュー数	ページビュー数(%)
	274	53.00%		156	36.62%
	35	6.77%		28	6.57%
	15	2.90%		22	5.10%
	10	1.93%		14	3.29%
	9	1.74%		10	2.35%
	7	1.35%		6	1.41%
	6	1.16%		6	1.41%
	6	1.16%		6	1.41%
	5	0.97%		6	1.41%
	5	0.97%		5	1.17%

さらに商品ページから次のページへの遷移を確認すると、再度カテゴリページへ戻ってきているユーザーが多いことがわかります。上記データは1ページのみピックアップしていますが他の商品ページでも同様の現象が見られます。

【解析改善 PDCA ご提案】

現在のスマホ商品ページを閲覧すると、購入導線として説明を読んだ後に再度、上部に戻ってからでないかとカートに商品を入れることができません為、購入の機会損失を回避するため、「
提案いたします。

うバナーに変更いただくことも併せてご検討下さい。

現在全商品ページからの直帰率は下記データでみられるように、全モバイルユーザーで67.4%となっています。PCユーザーは57.4%となっています。商品ページはCVに直結するページになりますので、
の改善並びに商

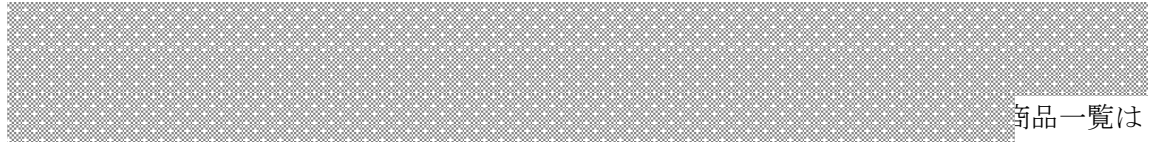
ほどありますので、現在のモバイルユーザーの売上に1.3倍程貢献することを目標したいと思います。

※データ 6《モバイルユーザーとPCユーザーの直帰率比較》

ページ	ページビュー数	ページ別直帰率	平均ページ滞在時間	閲覧開始数	直帰率	離脱率	ページの価値
モバイルラフィック	144,421 全体に対する割合: 14.41% (1,002,251)	119,167 全体に対する割合: 17.07% (682,988)	00:02:11 ビューの平均: 00:01:26 (53.01%)	14,225 全体に対する割合: 9.33% (144,354)	67.44% ビューの平均: 39.83% (69.33%)	18.07% ビューの平均: 14.40% (25.47%)	¥ 397 全体に対する割合: 04.32% (¥ 601)
PCラフィック	130,683 全体に対する割合: 13.04% (1,002,251)	105,173 全体に対する割合: 15.88% (682,988)	00:01:44 ビューの平均: 00:01:26 (21.44%)	9,952 全体に対する割合: 6.60% (144,354)	57.40% ビューの平均: 44.11% (44.11%)	13.36% ビューの平均: 14.40% (17.23%)	¥ 576 全体に対する割合: 05.77% (¥ 601)

【追記】

※データ 4《 のページの遷移》で見られるように、カテゴリページから、 表示されている商品ではありません。



商品一覧は「価格順」「新着順」とセレクトできるようになっていますが、デフォルトで表示は何を基準に表示されていますでしょうか？売れている商品がより上部にくるようにシステム変更を行うことは可能でしょうか？

当商品ページをさらにクリックしたくなる導線配置ができれば、尚、効果的かと思います。

本レポートにより解析改善K P I は上記該当ページの直帰率の低下にあります。

【追加レポート】

《デバイス毎による「よくある質問ページ」の閲覧およびページ遷移》

ページ	2 ページ目	ページビュー数	ページ別訪問数	平均ページ滞在時間	閲覧回数	直帰率	離脱率	ページの価値
モバイルトラフィック		4,098 全体に対する割合: 0.41% (1,002,251)	2,908 全体に対する割合: 0.44% (662,988)	00:01:45 ビューの平均: 00:01:26 (22.60%)	369 全体に対する割合: 0.26% (144,354)	93.14% ビューの平均: 39.83% (89.64%)	15.85% ビューの平均: 14.40% (10.23%)	
PCトラフィック		2,334 全体に対する割合: 0.23% (1,002,251)	1,578 全体に対する割合: 0.24% (662,988)	00:01:43 ビューの平均: 00:01:26 (19.93%)	193 全体に対する割合: 0.13% (144,354)	65.86% ビューの平均: 39.83% (40.50%)	12.90% ビューの平均: 14.40% (-10.46%)	
1.								
モバイルトラフィック		1 (0.02%)	1 (0.03%)	00:25:00	0 (0.00%)	0.00%	0.00%	
PCトラフィック		0 (0.00%)	0 (0.00%)	00:00:00	0 (0.00%)	0.00%	0.00%	
2.								
モバイルトラフィック		2 (0.05%)	2 (0.07%)	00:00:10	0 (0.00%)	0.00%	0.00%	
PCトラフィック		1 (0.04%)	1 (0.06%)	00:00:56	0 (0.00%)	0.00%	0.00%	
3.								
モバイルトラフィック		3 (0.07%)	1 (0.03%)	00:08:21	0 (0.00%)	0.00%	0.00%	
PCトラフィック		0 (0.00%)	0 (0.00%)	00:00:00	0 (0.00%)	0.00%	0.00%	
4.								
モバイルトラフィック		4 (0.10%)	1 (0.03%)	00:06:40	0 (0.00%)	0.00%	0.00%	
PCトラフィック		0 (0.00%)	0 (0.00%)	00:00:00	0 (0.00%)	0.00%	0.00%	
5.								
モバイルトラフィック		2 (0.05%)	1 (0.03%)	00:00:07	0 (0.00%)	0.00%	0.00%	
PCトラフィック		0 (0.00%)	0 (0.00%)	00:00:00	0 (0.00%)	0.00%	0.00%	
6.								
モバイルトラフィック		1 (0.02%)	1 (0.03%)	00:00:35	0 (0.00%)	0.00%	0.00%	
PCトラフィック		0 (0.00%)	0 (0.00%)	00:00:00	0 (0.00%)	0.00%	0.00%	
7.								
モバイルトラフィック		2 (0.05%)	2 (0.07%)	00:02:43	1 (0.27%)	0.00%	0.00%	

よくある質問ページは PC とモバイルで比較を行うと、モバイルよりも PC のほうが CV への貢献が高いことがわかります。そこでモバイルも PC 同様まで数字をあげていくために、2 ページ目としてカテゴリページへの遷移が多くみられますので、質問の下部にカテゴリページへのリンク設定、また、とりわけ 2 ページ目が商品ページへ遷移している場合は CV 率が高くなっていますので、可能でありましたらよくある質問ページ内に商品ページへのリンク設定のご検討をお願いします。