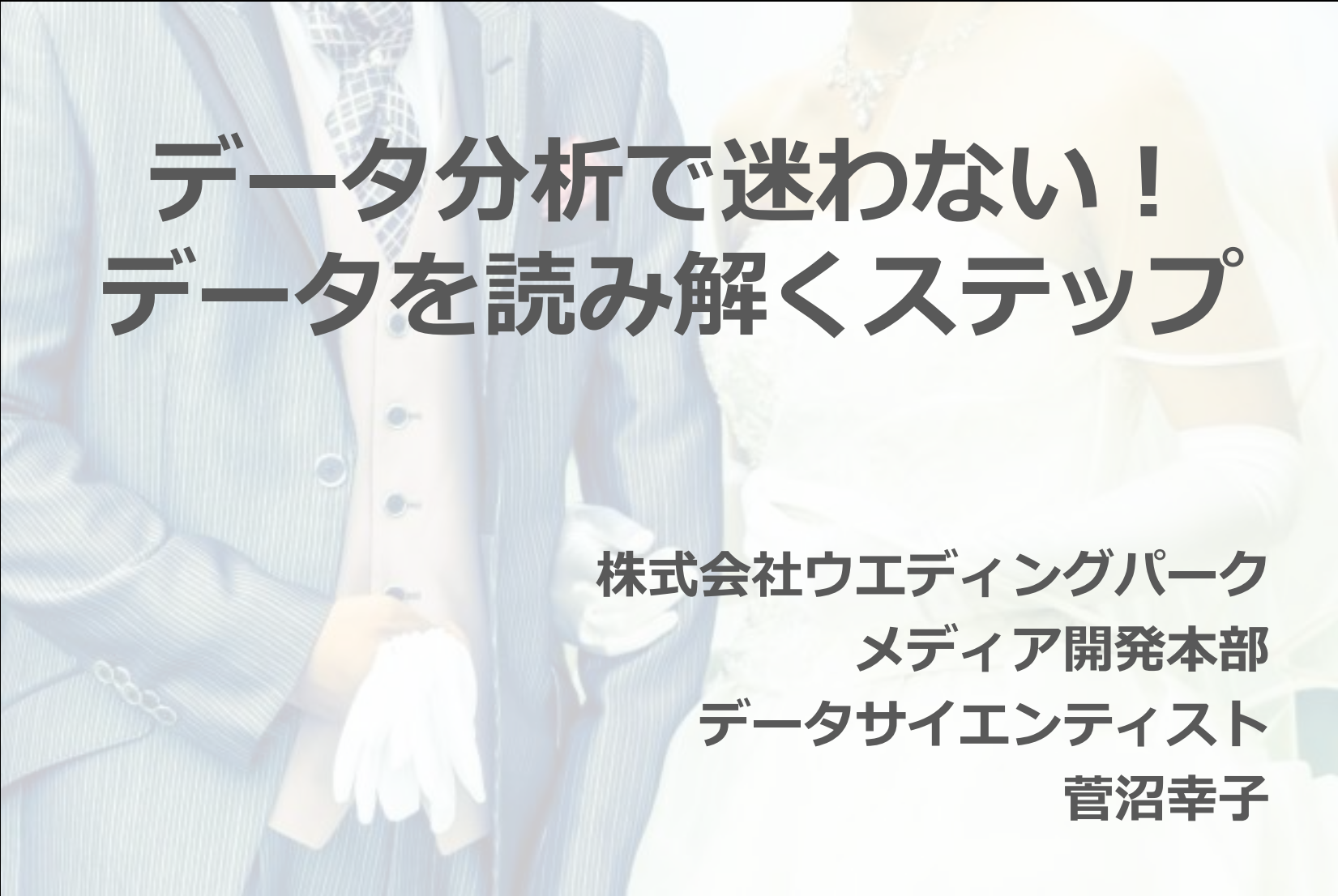
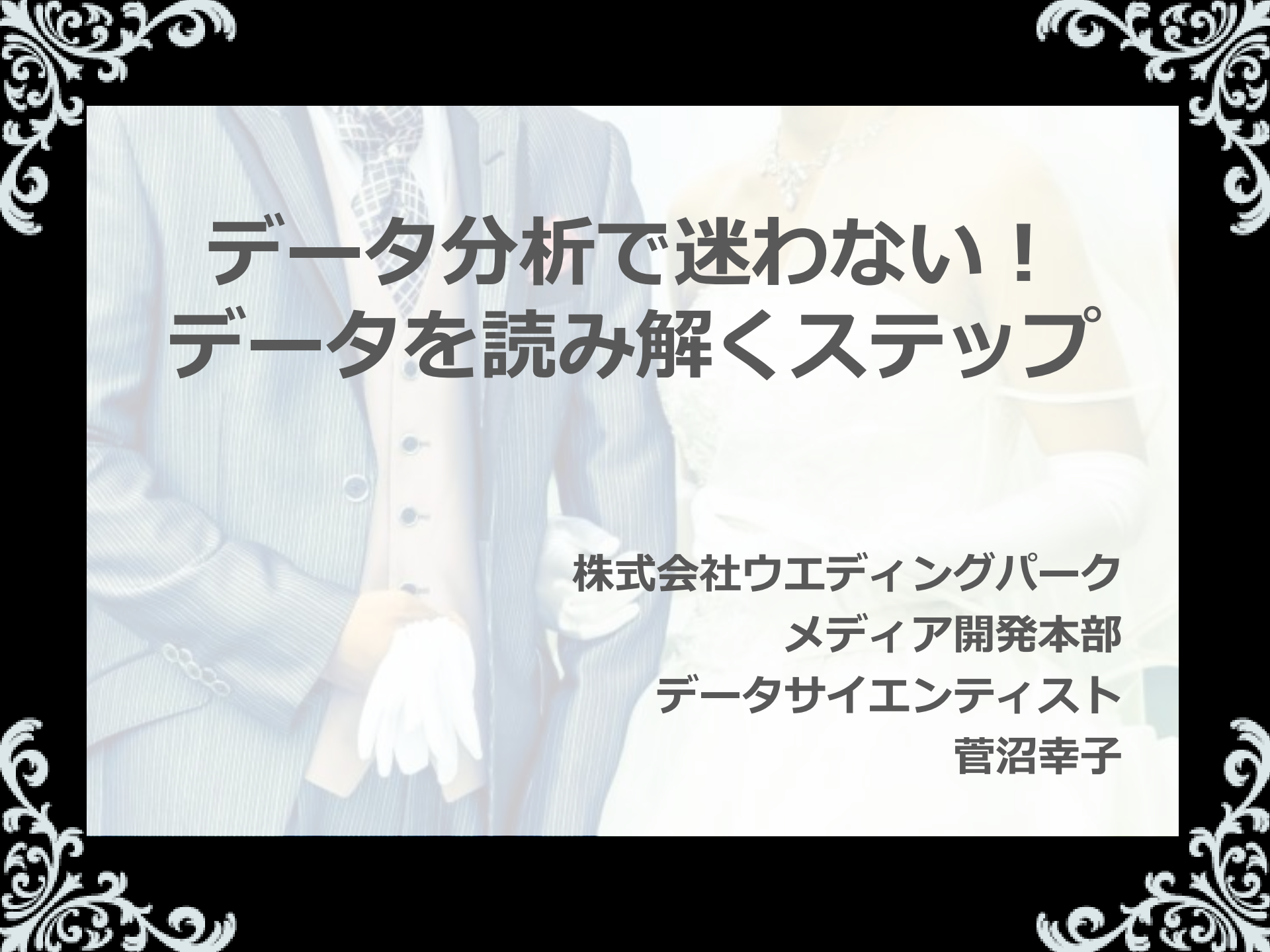


CSSnite

# CSS Nite AOMORI Vol.10

論より証拠。  
数値が語る育つWeb



# データ分析で迷わない！ データを読み解くステップ

株式会社ウエディングパーク  
メディア開発本部  
データサイエンティスト  
菅沼幸子



# 自己紹介





## 菅沼幸子（すがぬま さちこ）

ウエディングパーク メディア開発本部  
-DAP推進室 室長  
-データサイエンティスト

- 三重県四日市市出身
- 東京農工大学（工学部）卒業
- システム開発会社に新卒入社（5年間）
- コスメ・美容の総合情報サイト運営会社へ入社（3年間）
- 2011年ウエディングパーク入社

## 「インターネット×ブライダル」



結婚式場探し (国内)



結婚式場探し (海外)



フォトウエディング



指輪探し

もっとフォトウエディングが楽しくなる結婚写真掲載数  
ただいま **31,127** 枚

満足度平均 ★★★★★ **4.6**

結婚指輪と婚約指輪を重ね付けするこ

# サイト紹介「Wedding Park」



結婚式場  
公式サイト



式場を探す

式場を知る

エリア検索

こだわり検索

基本データ

挙式プラン

ランキング

人数検索

クチコミ

写真

- ✓ データサイエンティストの役割
- ✓ 分析ステップ紹介
  1. 分析の準備
  2. KPI設定とデータ集め
  3. KPI達成プランをたてる
  4. 改善+データ分析
- ✓ 活用できるツール
- ✓ まとめ





# データサイエンティストの役割





分析

技術

ビジネス

データ蓄積

低コスト

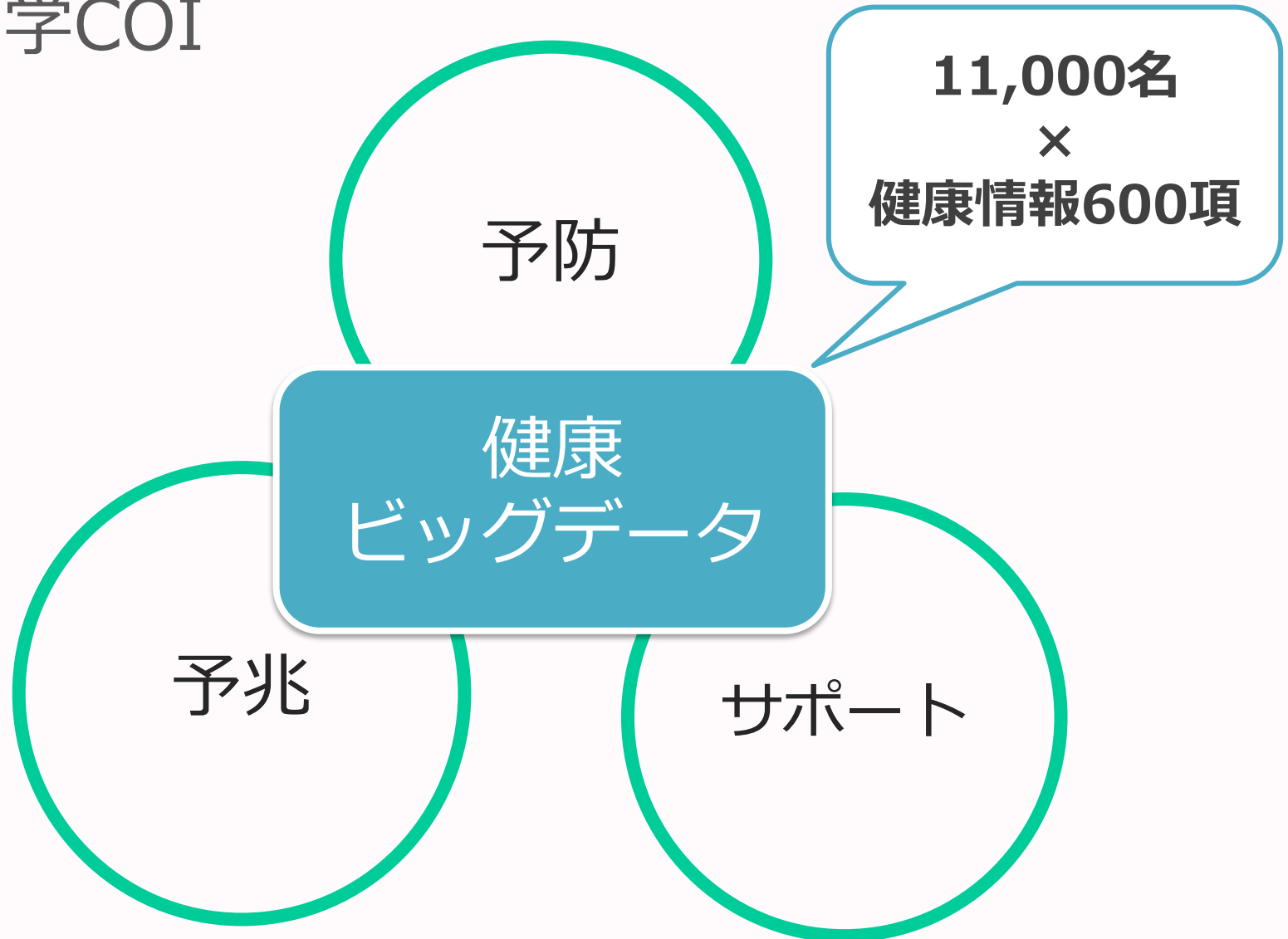
ビッグデータ関連の  
技術が進化したから

高速処理

機械学習

クラウド

## 弘前大学COI



サイト  
閲覧  
ログ

契約情報

式場情報

ブライダル  
フェア

式場  
フォト

挙式  
プラン

読み物

Q&A

クチコミ

会員



データ集め

ピックアップ

可視化


分析

翻訳





ステップ 1  
分析の準備





# データの種類をチェック

アクセスデータ

PV

UU (訪問者数)



入稿・投稿  
データ

式場情報

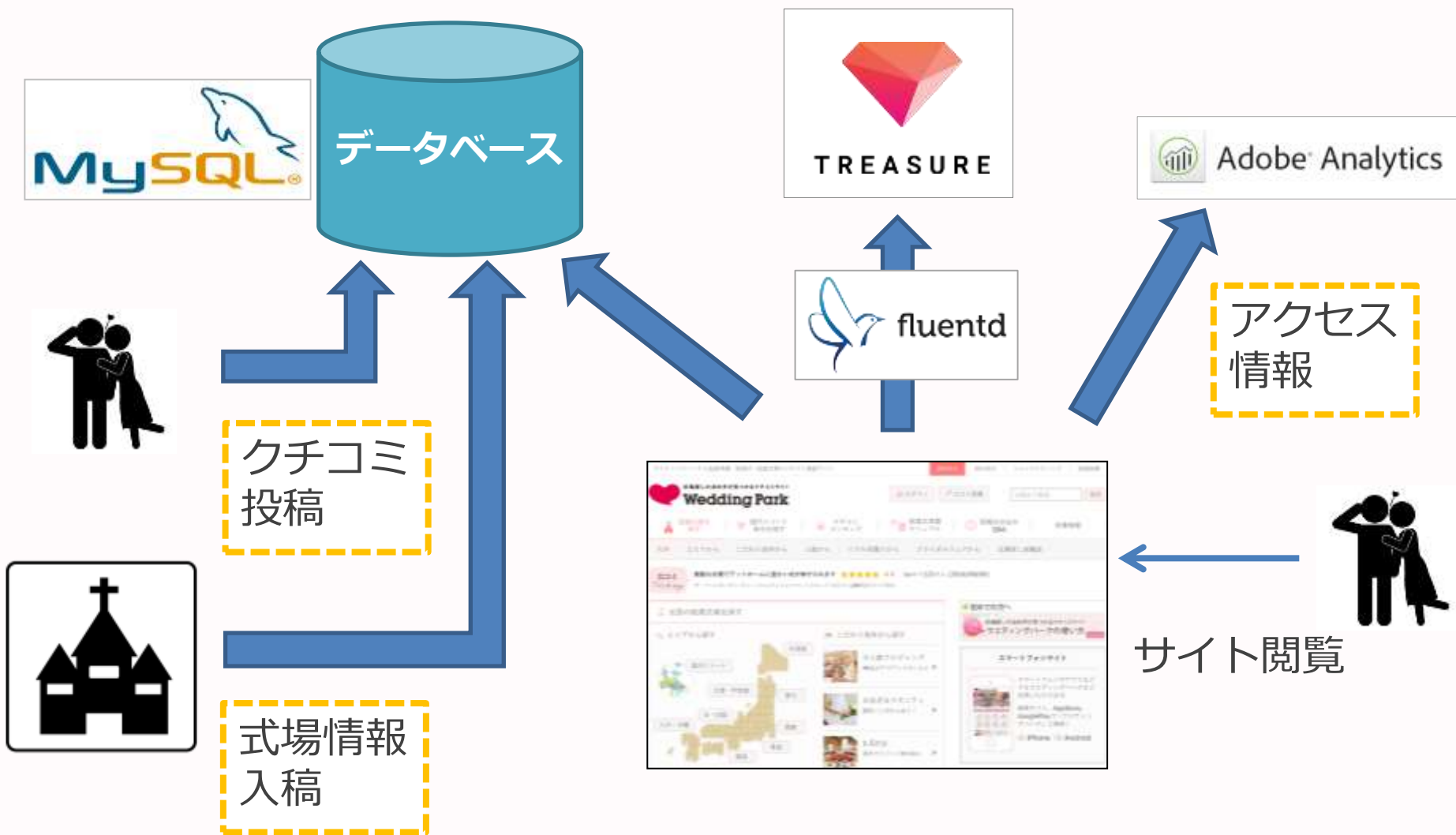
クチコミ

アクション  
データ

式場公式サイト誘導数

広告クリック数

# データ蓄積のフローを把握する



## オフラインデータもチェック！

電話問い合わせ件数

メール問い合わせ件数



予約件数

来客人数

メルマガ配信

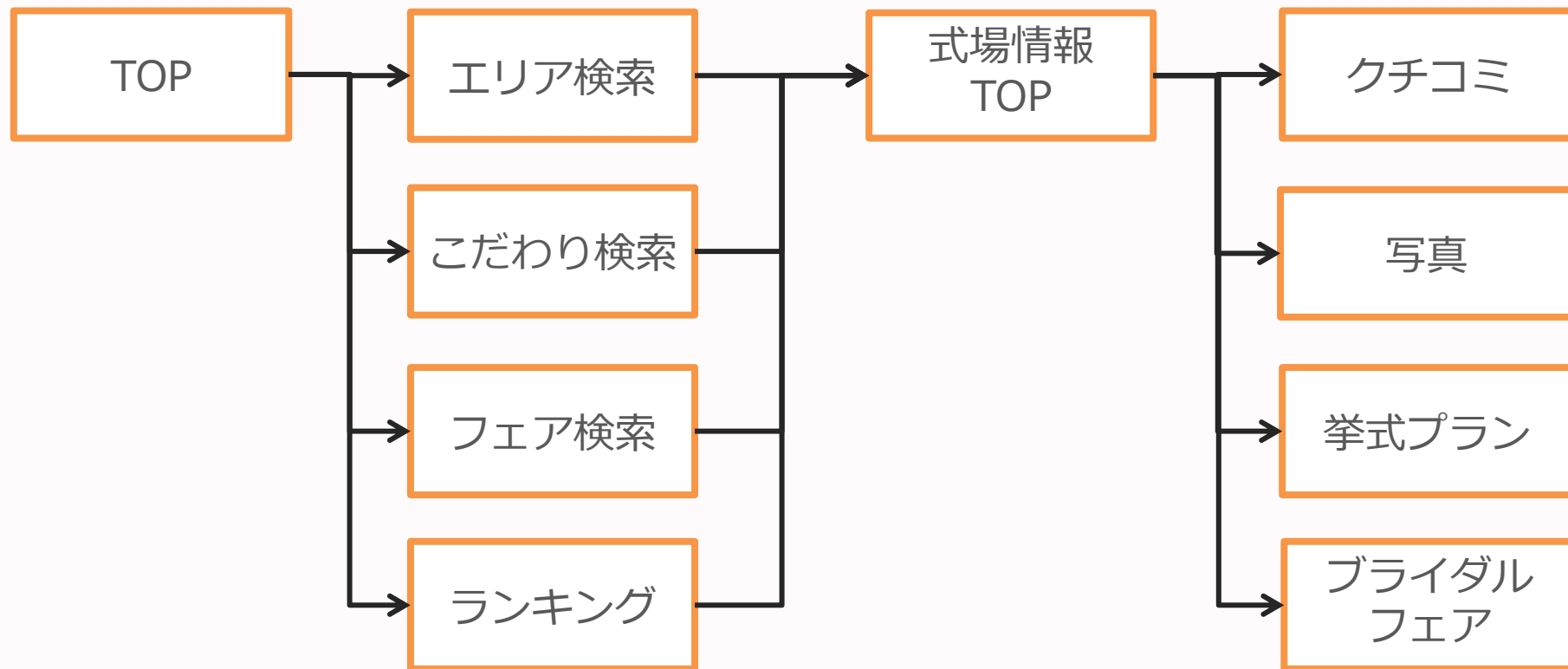
広告（新聞・テレビ）

天気

気温



## サイト構造の理解



## URL構造の理解

<http://www.weddingpark.net/ranking/12>

第1階層：機能名

第2階層：○○ID

## Ajax

## モーダル



URLが変わらない読み込みの計測は要注意



# ステップ2

## KPI設定とデータ集め

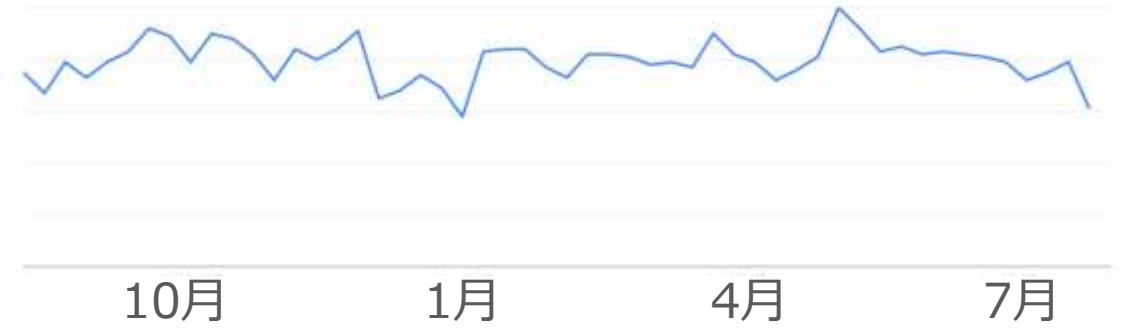




# ①まずは、全体感を把握

月間のPV	:	非公開
月間の訪問者数	:	400万前後
掲載式場数	:	5000式場以上
デバイス比率	:	3 : 7 (PC : スマホ)

季節による変化



(参考)

婚姻組数	:	67万組
------	---	------

## ②サイトの役割を把握する

式場の魅力がカップルに伝わった！



式場探しの役に立った！

### ③KPI（目標）を設定する

**KPI** (*Key Performance Indicators*) : 重要業績評価指標

例)

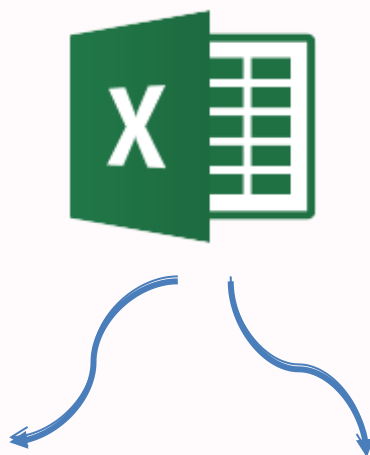
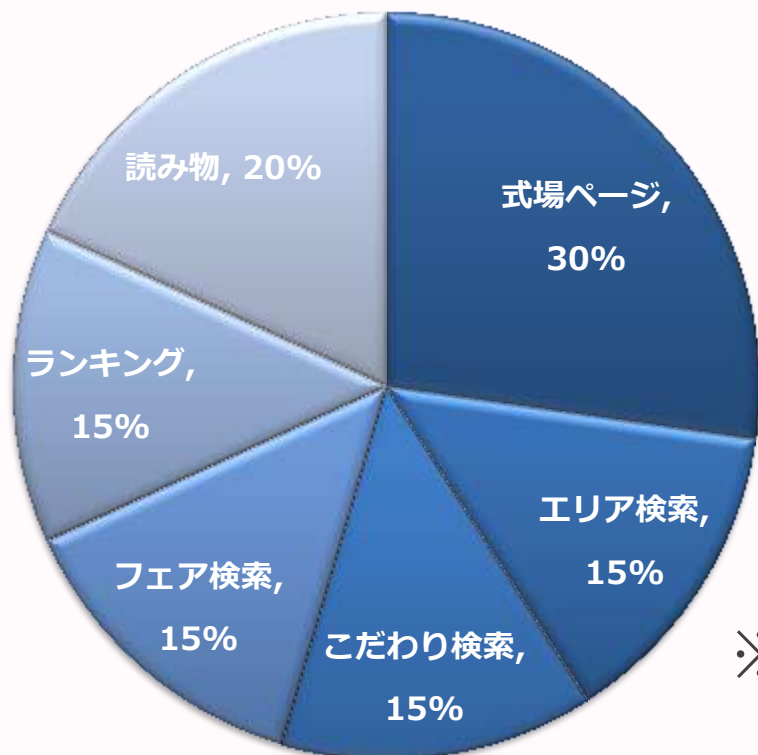
月間PVを〇〇にする (20%増)

会員数を〇〇にする (増加率1.2倍)

# ④KPIに関連するデータ集め

## 出し方のポイント

- ✓ 週や月での推移
- ✓ 数値の内訳 (URL・エリアごと)
- ✓ イベント情報 (プロモーション・機能リリース)



4	4	0	4.33	163	148	182	2011/9/1	000	10	1.0
3	5	4	4.87	129	117	105	2014/11/1	000	11	1.0
1	0	0	0	130	101	106	2012/11/1	000	12	1.0
4	4	4	4	117	127	103	2014/8/1	000	13	1.0
4	3	4	3.67	150	114	140	2010/9/1	000	14	1.0
5	5	4	4.67	201	132	152	2011/3/1	000	15	1.0
5	5	5	4.33	222	155	176	2013/4/1	000	16	1.0
3	4	4	3.67	116	116	111	2015/8/1	000	17	1.0
4	4	3	3.67	111	133	107	2015/8/1	000	17	1.0
4	4	3	3.67	158	107	117	2015/5/1	000	18	1.0
4	5	4	4.33	134	133	154	2015/4/1	000	19	1.0
5	4	3	4	171	101	143	2010/6/1	000	20	1.0
5	4	4	4.33	114	127	143	2010/12/1	000	20	1.0
4	4	4	4	200	127	138	2011/12/1	000	21	1.0
4	4	3	3.67	111	113	105	2012/12/1	000	22	1.0
5	5	4	4.67	132	110	136	2014/1/1	000	23	1.0
4	5	5	4.67	102	100	130	2013/6/1	000	23	1.0
0	0	0	0	113	160	101	2014/5/1	000	24	1.0
5	5	5	5	219	177	243	2012/10/1	000	25	1.0
5	5	4	4.67	165	106	110	2014/10/1	000	26	1.0
5	4	4	4.33	107	109	118	2014/6/1	000	27	1.0
4	3	3	3.5	115	110	107	2013/6/1	000	28	1.0
4	4	4	4	112	101	104	2013/3/1	000	28	1.0
5	5	5	5	108	125	149	2013/1/1	000	30	1.0
5	4	4	4.33	114	102	110	2010/8/1	000	31	1.0

※集め方の例

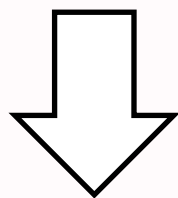


ステップ 3  
KPI達成プランをたてる



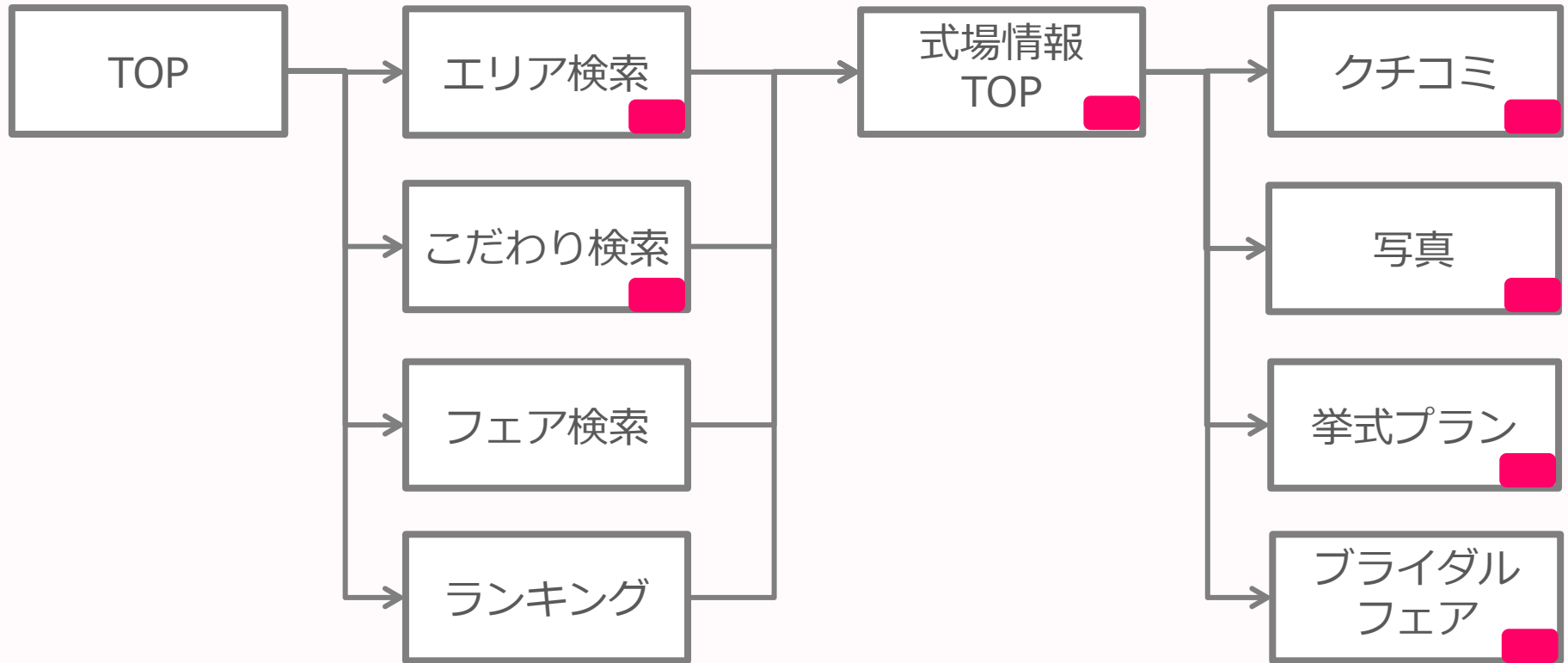
式場公式サイトへの誘導数を上げる

目標〇〇CT（120%増）



現状の課題は何か？

# 仮説1：誘導設置ページのPVが低い



チェックする数値

# PV



# 仮説2：誘導が分かりにくい



チェックする数値

$$\frac{\text{CTR} \\ \parallel \\ \text{CT}}{\text{PV}}$$

# 仮説3：情報が足りない

チェックする数値

式場ごとの

CTR

||

CT

---

PV



ブライダルフェア  
【随時開催】  
気軽にご相談ください




ブライダルフェア  
【8/20（土）】  
11:30～ 無料試食会  
13:00～ ドレス試着会





ステップ4  
改善+データ分析



## 式場ごとに情報の入稿状態をスコア化

基本情報	10点
プラン	3点
フェア	7点
フォト	7点
...	
...	

A~Cにレベル分け

C→A に変化 PV 103%アップ

CT 127%アップ

## A式場



## B式場



情報量  
4倍以上

# 誘導のデザインを変える



CTR148%アップ



【8/20 (土)】  
10組限定！  
無料試食会開催  
詳細はこちら



【8/20 (土)】  
10組限定！  
無料試食会開催  
詳細はこちら



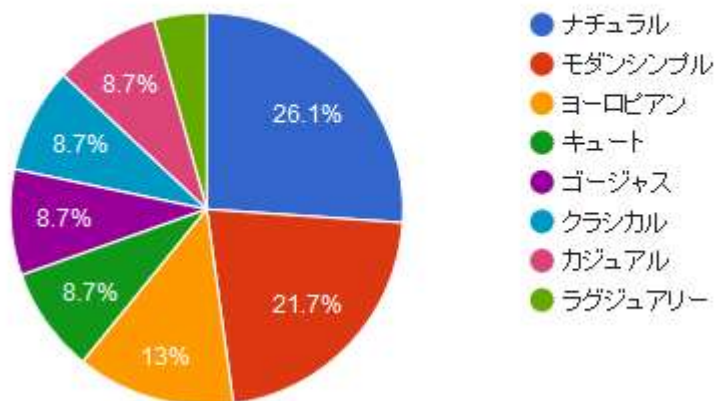
【100万円OFF】  
オープン記念の挙式プ  
ランが誕生。  
特典はこちら



## 青森県で式場を探す人の志向性

※2016年1～6月  
サイトアクセスデータより

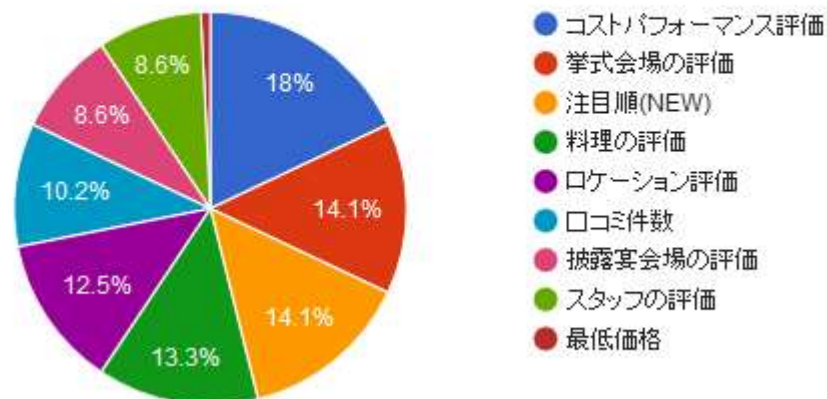
### 式場のイメージ



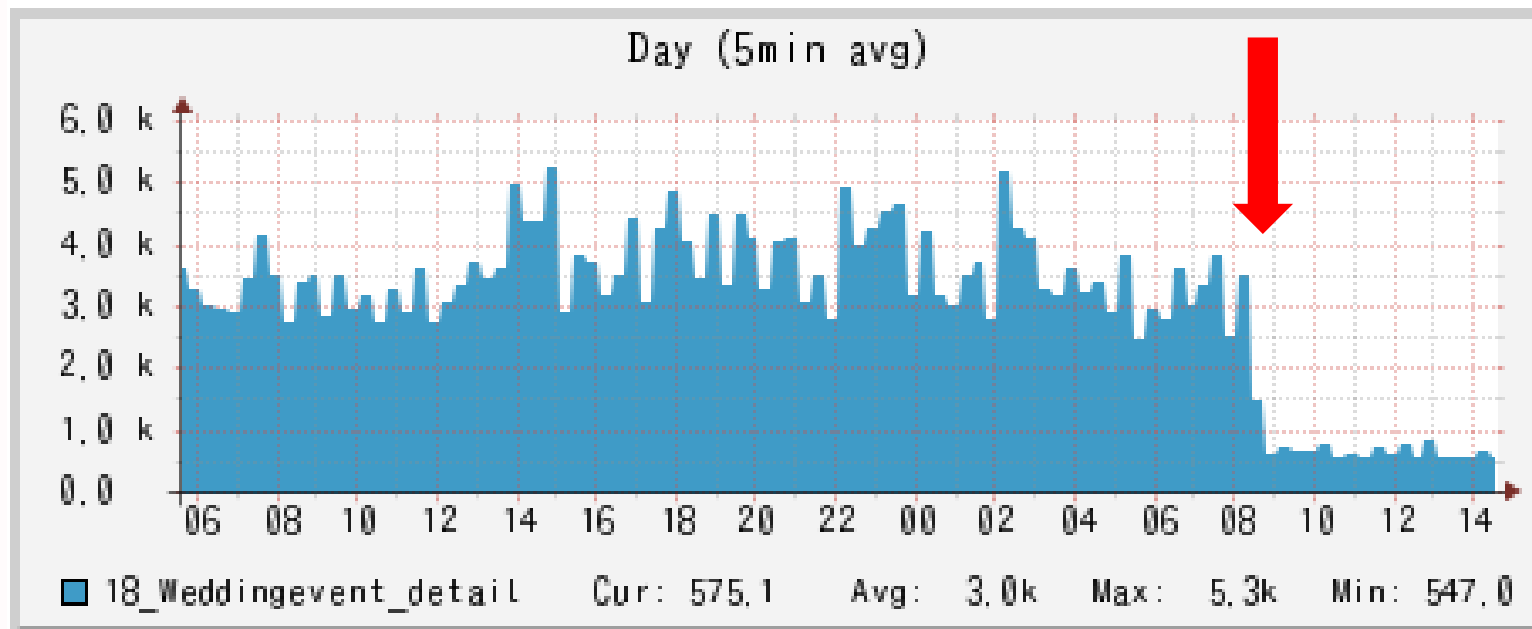
### 気になるポイント

- クチコミ件数 34.8%
- 披露宴会場の雰囲気 8.8%
- 少人数 6.8%
- ホテル 6.3%
- ゲストハウス 4.9%
- 料理 4.6%
- 挙式会場の雰囲気 3.7%
- 挙式のみOK 3.7%
- スタッフ 3.4%
- 格安結婚式 2.8%

### よく使う並び替え



## サイトパフォーマンス（表示速度）



平均PV 7.6 → 11.7

SEOにも影響



# 活用できるツール



## サイト集客・認知

Facebook

YouTube

Instagram

Twitter

LINE



### ソーシャル ネットワーク

### セッション

1. Facebook

XXX

2. Instagram

XXX

3. Twitter

XXX

4. Yaplog

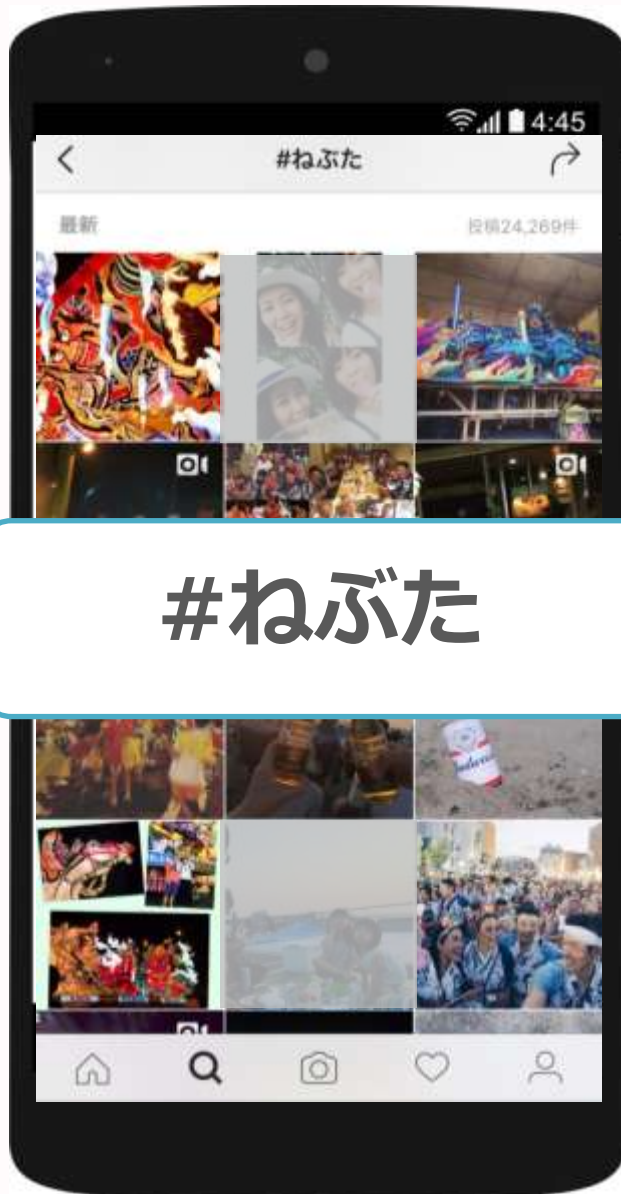
XXX

5. FC2

XXX

6. Pinterest

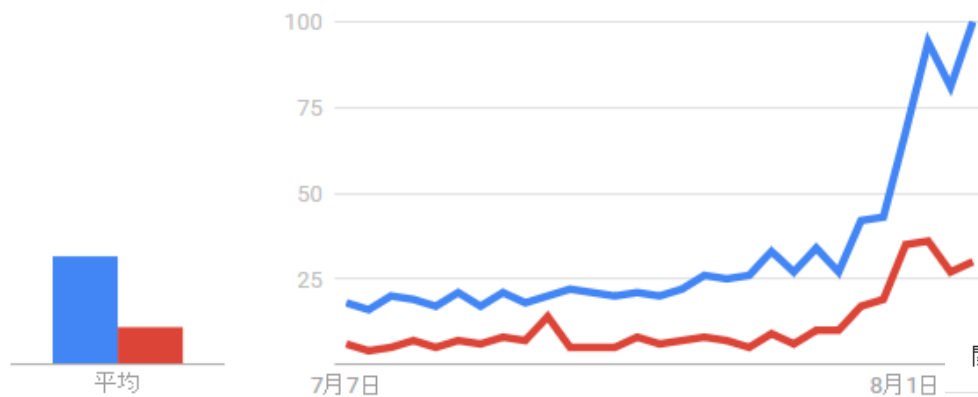
XXX



## Googleトレンド

人気度の動向

● ねぶた ● ねぶた



すべての国. 過去 30 日間.

関連キーワード ?

注目 ▼

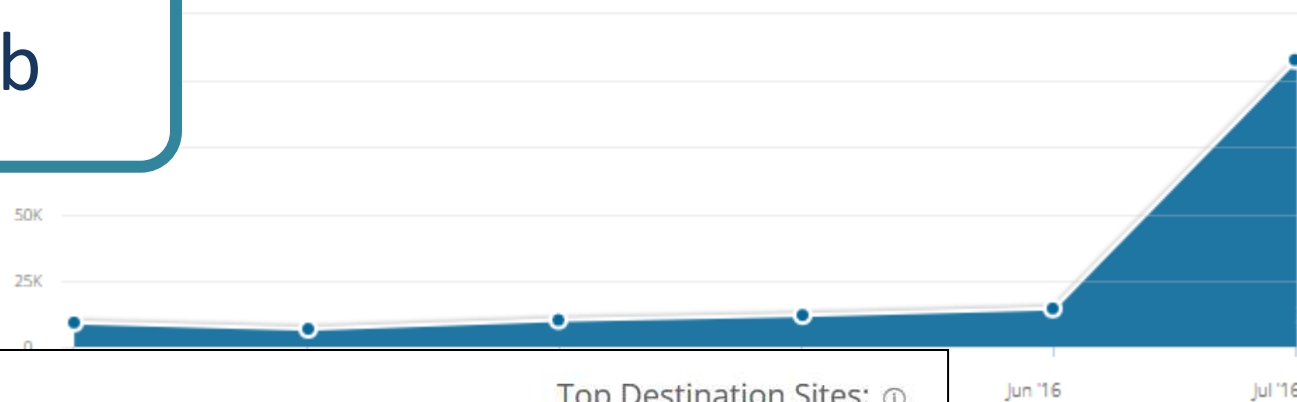
- |               |         |
|---------------|---------|
| 1 弘前 ねぶた 順番   | 急激増加    |
| 2 弘前 ねぶた 祭り   | 160% 増加 |
| 3 黒石 ねぶた      | 140% 増加 |
| 4 黒石 ねぶた 2016 | 60% 増加  |
| 5 知覧 ねぶた 祭り   | 50% 増加  |

## SimilarWeb

### Total Visits ⓘ

🖥️📱 On desktop & mobile web, in the last 6 months

[Embed Graph](#)



### Top Referring Sites: ⓘ

- atca.info
- epotoku.ejworks.com
- tcn-aomori.com
- kinokolabo.jp
- nebuta.or.jp

[See 5 More Referring Sites](#)



### Top Destination Sites: ⓘ

- nebuta.or.jp
- blog.goo.ne.jp
- atca.info
- awfro.jp
- traintour.jp

[See 14 More Destination Sites](#)

トレンドを把握



更に強化（主に集客・認知度）

- ✓ Facebook広告
- ✓ Instagram広告
- ✓ Twitter広告
- ✓ GoogleAdwords
- ✓ Yahoo！プロモーション広告





# まとめ



- ◆ データ全体を把握することは大事  
→ ピックアップして分析を**シンプル**に
- ◆ 「とりあえず何か分析しよう」はNG  
→ **目的**があるから分析ができる
- ◆ 仮説と施策のPDCA  
→ 効果が分かるように**プラン**を立てる
- ◆ データの**翻訳力**アップ！

ご清聴ありがとうございました