# パネルデータを用いた「競合サイト分析サービス」開始

2013/02/13

**株式会社アイ・エム・ジェイ**
東京都目黒区青葉台3-6-28
代表取締役社長 櫻井 徹

**パネルデータを用いた**
**「競合サイト分析サービス」開始**

株式会社アイ・エム・ジェイ（本社：東京都目黒区　代表取締役社長：櫻井 徹　以下、IMJ）のMarketing Technology Labs（以下、MTL）は、約10万人のアクティブユーザから収集したWebサイト上の行動データを用いた「競合サイト分析サービス」の提供を2013年2月13日より、開始いたしました。

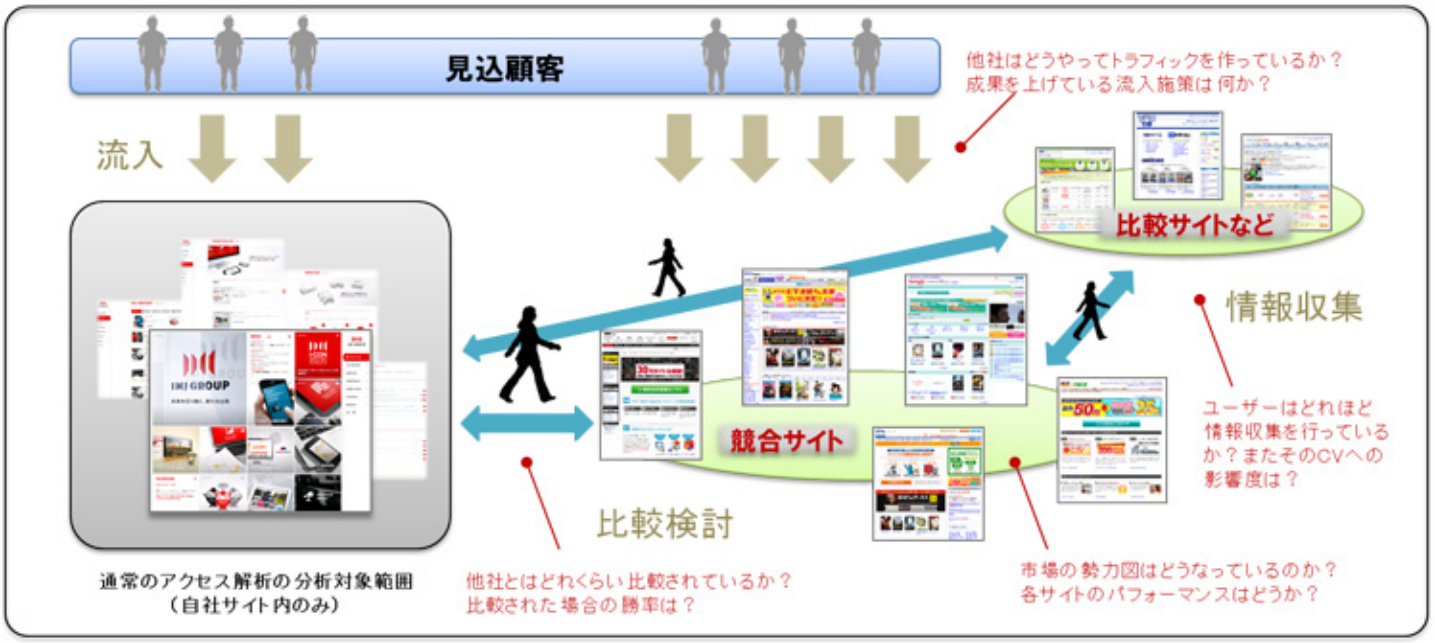
これまでIMJ MTLではアクセス解析を通して、クライアント企業に自社サイトの分析サービスを提供してまいりました。その中で、Web戦略立案の精度を高めていくためには、自社サイトのログデータだけでなく、競合サイトのログデータの活用など、自社サイトの客観的な評価が必要となってきています。

- 自社および、競合他社のアクセス状況や、その比較による自社サイトのパフォーマンスを分析したい
- 異なるアクセス解析ツールを自社グループサイト間で導入しているため、グループ内の回遊行動が把握できていない

これらの課題やニーズを解決し、アクセス解析ツールに依存せず、競合他社のアクセス状況も分析が可能な約10万人のパネルデータを活用することで自社サイトと競合サイト、両方を比較することが可能となりました。この「競合サイト分析サービス」により、MTLでは、クライアントのデジタルマーケティング活動をより一層ご支援いたします。

## サービス概要

自社サイトに訪問しているユーザーの行動はもちろんのこと、競合サイトに訪問しているユーザーの行動、また、自社と競合の両方を見ているユーザーの行動など、包括的にユーザー行動を分析します。




## 競合分析から得られるもの

**（1） 競合各社のパフォーマンスが把握できます**

自社サイトと競合サイトを比較し、各サイトのパフォーマンスはどうなっているか？集客力が強いのはどこか？ＣＶ率（*1）が高いのはどこか？など各社の状況の把握を行います。

**（2）競合の集客の打ち手が把握できます**

各社はどのような集客施策で顧客を獲得しているか？（他社のSEOや外部サイトからの誘導状況はどうか）などの集客施策状況の把握ができます。

**（3）自社の弱い部分、改善方針、改善の目標値を明確化できます**

分析結果から自社の弱い部分（競合とのGAP）を抽出し、「優先的に改善すべき所はどこで」「どの競合をベンチマークとし」「どれくらいの目標値を置いて改善に取り組めば良いか」の改善方針を明確化できます。

（*1）... CV（コンバージョン）：購買や資料請求など、具体的なアクション。CV率の場合はその割合

## レポートイメージ

## サイトパフォーマンス・レポート

競合各社のパフォーマンスを評価する5～7種類のＫＰＩ（*2）を定め、比較分析を行います。分析の中では、競合サイトとどれほど比較されやすい傾向になるのかの分析に加え、比較された場合に、自社でコンバージョンする確率が高いのか、他社に流れてしまう確率の方が高いのかを分析し、競合との競争力も明確化します。

（*2）...KPI（Key Performance Indicator）：重要業績指標（ここでは集客力、回遊力、支持率、刈取力、競争力など、業態に即した指標）

## 流入分析レポート

なお集客面の訪問者数の評価においては、流入経路毎に分析を行い、競合がどうやってトラフィックを作り出しているか、ＣＶ獲得へ成果を上げている流入施策は何かを分析し、集客面での自社と差異の要因を深堀します。

## 分析結果・改善課題サマリー

各パフォーマンス評価指標の比較結果から、自社の弱い箇所を洗い出し、どれくらい数値を伸ばしていく余地がありそうかを評価し、今後の改善方針を明確化します。

## 「競合サイト分析サービス」 ３つの特徴

**(1)サイト定義やCV定義を柔軟に設定することが可能**
１つのサイトで複数のドメインが使われている場合、また競合サイト配下の特定のサービスとの比較を行いたい場合など、競合サイトを「ドメイン」「サブドメイン」「ディレクトリ」などにより柔軟に定義することができます（これらを組み合わせてグルーピングした形でサイト定義することも可能です）。またCV定義では、例えば「資料請求とオンライン申込のいずれかを行った人をCVと定義する」、また「直前のページに特定のパラメータを含む場合のみをCVと定義する」などCVについても柔軟な定義を行うことが可能です。

**(2)流入分析レポートでは間接効果も加味した分析が可能**
流入分析においてはCVした際の最後の流入経路だけでなく、CVしたユーザーの過去の流入履歴についても間接効果として評価・分析していきます。なお、CV貢献の評価にあたっては、CV後に再度流入した際には貢献度にカウントしない設定を行うなどより精緻な分析を行っています。

**(3)行動観察型アプローチへの拡張が可能** （※行動観察型アプローチによる分析はオプションとなります）
当社が一昨年提供を開始した「行動観察型アクセス解析サービス」では、自社内の行動のみが分析対象でしたが、今後は競合サイトや関連情報サイトなどへの回遊行動も含め分析が可能となりました。当社の行動観察型のアプローチは、量的な側面と、質的な側面を上手く融合し、データからサイト改善の深い洞察を得ることができる手法として好評を博しております。単にユーザーを観察するだけでなく、母集団の分布を押さえながら、最も成果改善に寄与する可能性が高いセグメントの観察・モデル化を行っていくことで、効率的に改善課題の抽出と対策の立案を行っていくことができるアプローチ方法となっています。

MARKETING & TECHNOLOGY Labs®

IMJ Marketing & Technology Labs® について（http://www.mtlabs.jp/）

IMJ Marketing & Technology Labs® は、IMJグループにおいて、Data Driven Marketing®の実現を通じて、クライアント企業のデジタルマーケティングを支援するマーケティング・サービス・プロバイダー（MSP）です。データプラットフォーム設計やマーケティングROI最大化のための最適化コンサルティングサービスを提供いたします。デジタルマーケティングに関する全領域のプロフェッショナルがMTLに在籍しているため、部分最適ではなく全体最適視点でのサービス提供や適切な予算配分の提案ができることが特徴です。また、コンサルティングやプランニングに留まらず具体的なマーケティング施策まで落とし込むことで「成果」を価値として提供いたします。

## 株式会社アイ・エム・ジェイについて（http://www.imjp.co.jp/）

インターネット領域に軸足をおき、Web及びモバイルインテグレーション事業における豊富な知見・実績を強みに、スマートフォンを含むマルチデバイス対応、更には戦略策定・集客・分析（Webデータ解析・効果検証等）まで様々なソリューションをワンストップで提供することで、顧客のデジタルマーケティング活動におけるROI（投資対効果）最適化を実現いたします。

※ 文中に記載されている会社名、商品名は各社の商標または、登録商標です。
※ この情報は発表日現在の情報です。検索日と異なる可能性がございますのであらかじめご了承ください。
※ 画面写真データ等ご用意いたしております。お気軽にお問い合わせください。