

Cyber Area Research

CAR Navigation

新緑が美しい季節です。

ハイキングやスポーツなどで爽やかな汗を流すのにも最適ですね。

トピック Topic

➡ Webエリアマーケティングセミナー開催

3月19日に青山で行ったWebエリアマーケティングセミナーは、おかげさまで大勢のご参加をいただき、盛況のうちに終了しました。日本住宅流通(大和ハウスグループ)様をゲストスピーカーにお迎えして、「Webサイトのコンテンツ地域切り替えの効果」についてお話しいただきました。

WebサイトにSURFPOINT-Enterprise for Webserversを取り入れ、ユーザーの地域別にWebコンテンツを切り替えたところ、地方での売上がなんと前年比10倍以上に! 驚きの地域配信の効果とその方法についてご紹介いただきました。

<セミナー参加者の声>

「Webコンテンツのアイデアの幅が広がった」「事例が非常に参考になった」「今後、クライアントに販促支援ツールとして提供していきたい」
今後もCARではセミナーを随時実施してまいりますので、ぜひご参加下さい!



お知らせ

➡ 「らくらくログ解析」が東京IT新聞に掲載されました

http://itnp.net/category_betsu/9/1178/

“高精度な地域認識ができる注目サービス”として紹介されました!

“らくらくログ解析”は、アクセスログデータから、ユーザー動向や訪問経路、地域などの詳細な集計結果を提供する。国内唯一の高精度な地域認識技術や、わずか2ステップで解析結果が表示される容易な操作性が自慢だ。手軽に導入が可能なASPタイプのアクセスログ解析サービスとして、有名企業も含め、これまで200社以上の導入実績を誇っている。”(記事より抜粋)

東京IT新聞

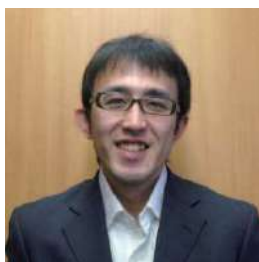
➡ Web2.0 マーケティング フェア出展

http://www.arearesearch.co.jp/information/08expo_web20.html

“アクセス元の地域自動判定で売上アップ!”
をキーワードに、手軽にWebサイトでのエリアターゲティングを実現する「どこどこJP」をご紹介します。

日時:2008年5月14日(水)-16日(金)
10:00-18:00(最終日のみ17:00終了)

場所:東京ビックサイト



CAR
STAFF

「Webマーケティング支援部」

営業担当 **花島弘貴**

“らくらく”をお届けします

Webマーケティング支援部の営業部隊の花島さん。きめ細かいサポートやさりげない気遣いが得意です。実はかなりの個性派でいじられ好きという一面も。

そんな花島さんからお客様に一言:

「花島です。今年もさりげなく接して、さりげなく皆様と繋がって行きます。テーマはさりげなくですが、わかりやすく絡んでいただければ嬉しいです。」

“全国で店舗展開しているのので、地域解析が自社のサービスにピッタリでした”

導入メリット

- ◆地域解析によって、地域別のCMの効果測定が可能になった
- ◆分単位まで解析が可能なので、アクセス状況の急激な変化も解析できる
- ◆パラメータ付き値の取得で、メールマガジンの効果測定が可能になった
- ◆離脱率や直帰率などの解析結果がサイト改善に役立つ



経営企画室
室長
川島 正紹 様

株式会社アップガレージ様は日本最大級の中古カー用品・中古バイク用品チェーン店です。アップガレージ様では2007年10月から「らくらくログ解析」をご導入いただいています。全国で事業を展開されている為、地域別CMの効果測定ができる「らくらくログ解析」はニーズにぴったりだったということです。分かりやすく見やすいインターフェースや豊富な解析メニューをフルに活用し、サイトの改善にも役立てておられるということです。

会社プロフィール：
業界最大級を誇る20万点以上の中古カー用品・バイク用品の在庫検索・購入が可能な中古カー・バイク用品のチェーン店です。日本全国に渡って独自のネットワークを構築・流通し、より良い商品を中古ならではの低料金で、店舗とネットのダブル展開をされています。

➡ らくらくログ解析との運命の出会い!

Q アクセスログ解析を導入しようとしたきっかけは何でしょうか?

A 元々はどれぐらいのユーザーがサイトにきていて、どのページを閲覧しているのか、現状把握の為にアクセスログ解析を実施していました。それが昨今ではサイト上の問題点を抽出する意味合いでもアクセスログ解析を利用する傾向にありますので、現状把握と問題点抽出の2つを実施していく為、アクセスログ解析が必要であるとの見解にたどり着きました。

Q 初めて「らくらくログ解析」を知った時の率直な感想をお教え下さい。

A 使えると思いました(笑)
全国で店舗展開している弊社には、地域解析が自社のサービスにピッタリでしたので、地域別のCM効果測定もこれで可能になると思いました。

Q 「らくらくログ解析」をご導入いただいた決め手は何でしたでしょうか?

- A 以下の理由で決めました：
- ・地域解析ができること。それまで利用していた他社のアクセスログ解析では地域ごとのアクセス状況を把握出来ないことが悩みでしたので、地域解析が最大の決め手でした。
 - ・インターフェースが分かり易く見やすかったこと
 - ・営業が熱心だったこと



➡ らくらくログ解析の「つかえる」機能って?

Q 現在のご利用状況についてお教え下さい。

- A WEB担当者3名、各々が見たいときに使用しています。24時間オンラインで閲覧出来るので便利です。
実際は：
・日々のアクセス数など動向のチェック
・ページ・コンテンツの改良などで活用する為のデータの収集
・会議での月次報告時にグラフを用いたり、データだけを抽出してグラフは別に加工して使用したりなどレポートの作成
・プレスリリースを出した後などの結果確認

Q よく使用している機能やメニューはございますか?またその理由をお教え下さい。

A よく使用しているのは日別、ページ別、地域別ですね。あとは突出した値になった時は時間帯別を確認するようにしています。「らくらくログ解析」では分単位までの解析が可能なので、突出した値の時はCMの効果か否かの確認をしています。

Q 「らくらくログ解析」の結果を元にWebサイトの変更や対応をしたことはございますか?

A ページ別閲覧状況でパラメータ付き値を取得出来るということで、メールマガジンの効果測定をするようになりました。また、サイトの大幅リニューアルに取り組んでいる最中なので、離脱率や直帰率などを参考にサイト改善を目指しています。

➡ らくらくログ解析を使っていてよかった!

Q 「らくらくログ解析」では、都道府県情報が得られることが特徴のひとつですが、この情報を何かにご活用なさっておられますか?

A 地域別のCMの効果測定のほか、FC各店への成果報告や、各FCを担当している弊社スーパーバイザーへの資料提示などに活用しています。

Q 「らくらくログ解析」を使っていて、一番よかった、と思うところはどこでしょうか?

A 細かな要望に対してレスポンス早く応えていただいていることです。ツール自体も、新機能などリニューアルで常に新しくなっているような感覚を持っていて、期待値も非常に高いです。

➡ これからのWeb施策とらくらくログ解析

Q 今後Webサイトにおける施策や志向など具体的に何かお考えでしょうか?

A リニューアルを機に以下を目指します：
・情報を整理して車ユーザーとバイクユーザーの導線を確保
・直帰率を下げ、閲覧ページ数/滞在時間を増やす
最終的にはサイトの整理によって各店舗により多くのユーザーを誘導し、売上UPにつなげたいです。

Q 「らくらくログ解析」の今後に期待すること、望むことは何かございますか?

A 営業の方は東京に常駐して欲しいです(笑)
新機能として、コンバージョン率をとれるような機能や、頻繁に使う機能やレポートを登録できるマイページ機能なんかもあると嬉しいです。

編集後記

静岡県民にはこだわりの富士山アングルがあります。たいていは自分の家から見る富士山が一番かっこいいと思っているはず。近くにいって見慣れているだけに、違う場所からの富士山に違和感を持ってしまいます。毎日のように見ているのに、見るたびに美しいと思える富士山はスゴイです。静岡近辺にお越しの機会があったらぜひ注目してみてください (木)

CAR Navigation

最近、虹を見たことはありますか？

意外と頻繁にかかるようですが、なかなか気づかないのは空を見上げないせいでしょうか。
今度雨があがったら探してみるのもいいですね。

トピック Topic

⇒ 三島本社にショールーム開設

弊社サービスを紹介するショールームを、本社（静岡県三島市）にオープン致しました。「SURFPOINT」「どどここJP」「らくらく顧客開拓」「らくらくログ解析」など、各種サービスをご紹介します。サービスを実際にご体験いただけるデモや、紹介のパネル展示の他、弊社サービスに関するご相談も受け付けております。皆様のお越しを心よりお待ちしております！

【所在地】 〒411-0036 静岡県三島市一番町18-22 アーサーファーストビル4F

電話：055-991-5544 FAX：055-991-5540

【営業時間】 10:00-17:00(土日祝日を除く)



お知らせ

⇒ 「らくらくログ解析」セミナーを名古屋で開催

「簡単操作でわかりやすい」を実現したログ解析「らくらくログ解析」のセミナーを開催します。

弊社代理店の三晃社をゲストスピーカーに、ログ解析の初歩から有効活用まで、事例を交えてお届けします。

■日時：2008年7月16日(水) 15:00-17:00

■場所：株式会社三晃社 本社7Fセミナールーム（名古屋市中区丸の内3-20-9）

■プログラム：1.「らくらくログ解析」のご紹介

2. ユーザー事例（株式会社三晃社）

講師：株式会社三晃社CR局 金子勝

皆様のご参加お待ちしております！

お申し込み・お問い合わせは web@arearesearch.co.jp または **055-991-5544**まで

⇒ どどここJPのAPIサービスを個人向けに無料公開!



アクセスユーザの位置情報がわかる「どどここJP APIサービス」が、個人のお客様には無料でご利用いただけるようになりました。

「どどここJP APIサービス」で取得したアクセスユーザの位置情報は、WEBコンテンツのローカライズによる訴求力アップの他、サイトのユーザビリティ向上などにも応用することが出来ます。APIを通じて渡されるデータには、緯度・経度も含まれておりますので、Google Maps APIなどの地図情報とのマッシュアップも容易に可能です。

API機能の詳細については「どどここJPサイト」

<http://www.arearesearch.co.jp/web/docodoco/> をご覧ください。



CAR
STAFF

IP Geolocationのスペシャリスト集団 「IP事業部」

IP事業部ゼネラルマネージャー 中西 健

SURFPOINT関係を扱っているIP事業部を取り仕切る大ボスです。Wiki好きの中西さんは、夜遅く仕事を終えて家に帰ってもWikiでの調べ物に勤しんでしまうとか。アメリカの提携先で2ヶ月間修行をして(羽を伸ばして?)きた経験があり、英会話もお手の物。そんな中西さんからIP Geolocationへの思いを一言：

「SURFPOINTはまだまだ発展途上。

お客様と一体になり、より大きな価値を産むデータを創ります。」

～ サイトの更新はほとんど「らくらくログ解析」の解析結果を元に検討しています ～

株式会社 向田工業所 様

【会社プロフィール】

アルミランクや選挙用品など、お客様の大切な「モノ」を守るアルミ製品を作り続ける静岡の企業です。丈夫で実用性の高い製品で信頼と実績を誇り、Webサイトの改善にも積極的に取り組んでおられます。

◇株式会社向田工業所 <http://www.mukaida.co.jp?n=0806>

導入メリット

- ◆解析結果を元にしたサイトの継続的改善が可能になった
- ◆サイトに来訪した組織の解析結果を元に戦略的にDMを送付することが可能になり、DM効果が上がった
- ◆地域限定TV CMからのWebへの誘導状況など、地域別の詳細な解析が可能になった

『ジャンプ スロープ』 <簡易型>



サッシレールなどのチョットした障害物をのりこえスムーズに往来できます! 今迄なかった高さ調節機能付き!!

Webサイト改善のためにログ解析を導入

Q アクセスログ解析をしようとしたきっかけは何でしたか?

A 自社のホームページの認知度がどのくらいか知りたかったことです。また、ホームページの作り方、更新方法などをアクセスログ解析の結果から検討したいと思ったこともきっかけです。



代表取締役 向田 仁 様

Q 現在のご利用状況についてお教え下さい。

A 初めて「らくらくログ解析」を知ったとき、匿名だと思われていたホームページの閲覧状況がわかるということ、そしてその解析結果がWebに表示され、CSVで保存まで出来ることに大変驚きました。

導入要因は:

- ・お試しで体験出来たこと
- ・お試しの際に色々ご質問にお答えいただけたこと
- ・解析結果を元に、当社のホームページ制作まで平行して実施していただけたことなどです。

総合的に判断して根本から当社のホームページを変えてくれそうだと感じました。



専務取締役 向田 博 様

サイト更新からDM送付まで解析結果を最大限に活用!

Q 現在のご利用状況についてお教え下さい。

A 解析結果を週一回確認しています。解析完了のご連絡をいただいた後などはよく見えています。

また、解析結果を元にDMの送付を実施しています。

まず「組織別集計」でアクセスが多い企業・団体を抽出します。そして「ページ別閲覧状況」で閲覧されたページを把握し、それに合わせた企画でDMの内容を作成します。

さらに「日別・月別集計」でどのタイミングで閲覧が多くなるか、曜日により結果は変わるのかを分析してDMを送るタイミングを検討しています。

送付先・内容・タイミングまでの絞ったDMを送るようになった結果、以前よりもDMの効果が上がっていると感じています。

Q 「らくらくログ解析」の結果を元にWebサイトの変更や対応をしたことはございますか?

A サイトの更新はほとんど「らくらくログ解析」の解析結果を元に検討しています。

例えばページ閲覧の多いコンテンツのボリュームを増やしたり、反響が大きかったキャンペーンの再実施などを行っています。

Q 「らくらくログ解析」では、都道府県情報が得られることが特徴のひとつですが、この情報を何かにご活用なさっておられますか?

A 静岡県限定でTV CMを打った際に、他の地域と比較してアクセスが増えたか否かの確認をしました。予想以上にTV CMからネットへ誘導出来ていることがわかりましたね。時間も限定できる「時間帯別状況」もあわせて活用させていただきました。

Q 「らくらくログ解析」を使っていて、一番よかった、と思うところはどこでしょうか?

A 「らくらくログ解析」導入前には、ホームページは広告だとばかり思っていたので、一方通行も仕方がないと思っていました。

ところが「らくらくログ解析」の導入で、ホームページで何らかの施策を実施すると、その反応が様々であることがわかり、お客様の声を反映していくように更新の方向性をつかめたことが最大のメリットだと思っています

Q 今後Webサイトにおける施策や志向など具体的に何かお考えでしょうか?

A 具体的な施策はまだ構想段階ですが、取り急ぎ実施したいのは:

- ・更新頻度をあげる
- ・新商品キャンペーンの継続的な実施 です。

新しいこととしては、問合せのあったお客様専用ページを設けてみたいです。そのお客様だけのページに、問合せ商品の情報を盛り込んでみたいです。また、商品の3D表示などにも興味があります。

編集後記

蒸し暑くなってエアコンが大活躍の季節です。真夏の京都に行ったとき、気温は相変わらず高いはずなのに、古い建物の中に入ったとたんさっと涼風が吹いたような感覚に捉われることがありました。空調が無い時代、見た目にも実際にも夏を涼しく乗り切る工夫に溢れた古都。木々や苔の緑の美しさを涼やかに生活に取り入れる知恵は見習いたいものです。(木)