



アドバイスレポート

<http://www.●●●●●.co.jp/>

2005年9月1日～2005年9月30日

総ページビュー数が対前月比65.0%に減少！

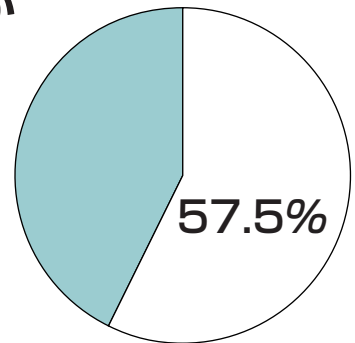
前月は増加した総ページビュー数ですが、今回は前々月までの水準に戻った形となっています。

1人が見ていくページ数が4.8ページ→3.6ページ

総ページビュー数の減少が訪問者数を上回ったため、1人が見たページ数が減少しました。この増減は今後も注意しておきましょう。

トップページだけしか見ずに帰った人が75.5%→57.5%に改善

1ページだけで帰る割合が減っているのは良いことですが、依然帰る率は高い状態です。

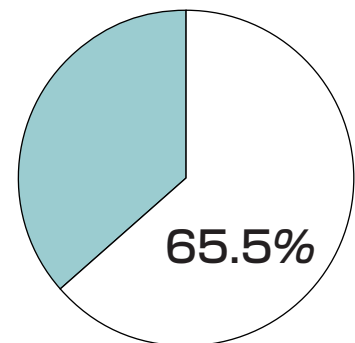


チェックポイント

トップページは最も大きな入口ですからこの数値は今後も監視していきましょう。

サイト全体で1ページだけしか見ないで帰る人が65.5%

サイトに訪れた人の半数以上が帰っている状態。トップページ以外にも注意が必要なページが存在しています。



もったいないページ

●●株式会社 商品紹介
http://www.●●●●.co.jp/

得点	8点
ページビュー	18,855ページ
訪問数	15,500人
アクセスの入口になった回数	14,555回
アクセスの入口になった率	85.0%
そのページしか見られなかった回数	12,000回
そのページしか見られなかった率	80.0%
次のページへ移動した回数	15,005回
次のページへ移動した率	85.0%
平均滞在時間	684.14秒



入口にした人の8割が帰っている状態。別ドメインへの移動が考えられるものの、各ページの訪問数を見ると「会社概要」が最も人を集めている。カンパニーサイトとして閲覧されている状態です。

さらに向上

1ページだけで帰る割合が減っているのは、トップページの修正効果があわられていると言えるでしょう。トップページの変化は、今後も見守っていきたいところです。

今後の対策について

トップページだけで帰る人を減らす

最も大きな入口であるトップページから約6割の人が帰ってしまっている状態は改善すべきポイントです。求人情報や商品説明があるにもかかわらず、クリックがあまり促せていない状態です。ブランド名を出したいために社名の露出を控えているかもしれませんが、安心感を与えるためには、もう少し露出を増やした方が良いでしょう。

また、トピックスの更新頻度をあげ、活発に更新をしているサイトという印象を与えましょう。

会社案内だけでなく、知識コンテンツの拡充を行えば様々な来訪者を獲得できるようになり、知名度向上、販売促進にも貢献してくれるようになると言えるでしょう。