

# 研修体系図



Google アナリティクス 「導入」 研修	6H	「アクセス解析レポート」 研修	6H
Google アナリティクス 「メニュー操作」 研修	6H	「アクセス解析の KPI 設計」 研修	6H
Google アナリティクス 「分析視点」 研修	6H	「GAIQ 資格対策」 研修	6H

# カリキュラム (Google アナリティクス導入研修)

概要	内容
Chapter.1 アクセス解析に関する用語理解	ウェブマーケティング、ウェブ解析、アクセス解析の違い / Cookie の種類 (ファーストパーティクッキーとサードパーティクッキー) / Google アナリティクスで利用されている Cookie ( _utma、_utmb など) / セッションとユニークユーザ / 流入 (検索エンジン、参照サイト、ノーリファラー、キャンペーンなど) / 直帰と離脱 (直帰率 (直帰数)、離脱率 (離脱数) が高い時の施策) / アクセス解析が困難なソリューション / アルファベット用語 (CTR、CPC、CTC、CVR、ROAS、ROI など) <a href="#">質疑応答</a>
Chapter.2 Google アナリティクスを管理する上で必要な知識	Google アナリティクスとは / Google アカウントと Google アナリティクスアカウント / Google アナリティクスアカウント、プロパティ、ビュー / アクセス解析ツールの種類 (ウェブビーコン型、サーバログ型、パケットキャプチャ型の違いや特長) <a href="#">質疑応答</a>
Chapter.3 ユニバーサルアナリティクス	標準のアナリティクスとユニバーサルアナリティクスの違い / ユニバーサルアナリティクスのトラッキングコード / ユニバーサルアナリティクスで使用されている Cookie <a href="#">質疑応答</a>
Chapter.4 Google アナリティクス設定	トラッキングコードについて (所定の位置にトラッキングコードを設置する / トラッキングコードの理解 ( trackPageview など) / 計測する範囲 (サブドメイン、別ドメイン) によるトラッキングコードの違い) / プロパティ設定 (ページ解析に必要な拡張リンクアトリビューション / ウェブマスターツールの設定) / アセット (アノテーション (メモ)、アドバンスセグメント、メール配信スケジュール) / ユーザー管理 (管理者権限とユーザ権限の違い) / 目標設定 (URL へのアクセス、滞在時間、イベントなどのコンバージョン設定) / フィルタ設定 (社内アクセス除外やテストディレクトリ除外) / ビュー設定 (デフォルトページ、サイト内検索の設定、e コマース) <a href="#">質疑応答</a>

※ 講義内容についてご要望がございましたらお気軽にご相談ください。 ※ 1 時間～1 時間半ごとにご休憩をお入れいたします。

※ ご参加される皆様の状況によって時間や内容が異なることございます、予めご了承ください。

# カリキュラム (Google アナリティクスメニュー操作研修)

概要	内容
Chapter.1 アナリティクス設定	アカウント、プロパティ、ビュー／トラッキングコードの理解／プロパティ設定、ビュー設定／目標設定、フィルタ設定など 質疑応答
Chapter.2 ユーザー分析 ユーザー全体の状況を把握する	ユーザーサマリー（訪問数、ユーザ数、PV数、直帰率、新規訪問の割合を知る）／ユーザーの分布（男女比、年齢分布を知る）／インタレストカテゴリ（ユーザーの興味あるカテゴリを知る）／地域（アクセスのある地域や言語）／ユーザーの行動（新規とリピータの割合、ユーザーのロイヤリティを知る）／ユーザーの環境（ブラウザ、解像度などのアクセス環境を分析）／モバイル（スマホ、タブレット、パソコンからのアクセス）／カスタム（カスタム変数とは、カスタム変数の記述）／ユーザーフロー（ユーザーの動きを知る） 質疑応答
Chapter.3 集客分析 流入、トラフィックの状況を把握する	集客サマリー（サイトのへの訪問経路を分析する／ABC分析とは）／チャンネルとすべてのトラフィック（流入毎の直帰、コンバージョンを見る／ノーリファラーの情報を把握する）／すべての参照、キャンペーン（参照サイトを確認する 有料検索／無料検索）／キーワード（検索エンジンからの流入を把握し検索キーワードを分析する）／Adwords 広告分析／ソーシャルメディア分析／検索エンジン最適化 質疑応答
Chapter.4 行動分析 コンテンツの状況を把握する	行動サマリー（どのページがよく見られているかを知る、PV数、平均ページ滞在時間等）／行動フロー（行動フローとユーザーフローの違い）／サイトコンテンツ（該当ページから前後の経路を確認する／離脱ページまでの経路を分析／ナビゲーションサマリーの見方／ディレクトリごとに分析する）／サイトの速度（表示速度の遅いページ、ブラウザを知る）／イベント（イベントトラッキングとは／イベントトラッキングの記述）／ウェブテスト（A/Bテストの作成）／ページ解析（サイトのプレビューを見ながらクリック率、精読率を知る） 質疑応答
Chapter.5 コンバージョン分析 目標、間接効果の状況を把握する	コンバージョンとは／コンバージョン目標サマリー（コンバージョン率（CVR）、目標値／目標到達プロセスの見方／ゴールフロー）／Eコマース（商品の販売状況やトランザクション）／マルチチャンネル（アシストコンバージョンや間接効果）／アトリビューション 質疑応答

# カリキュラム (Google アナリティクス分析視点研修)

概要	内容
Chapter.1 Adwords 広告分析	<p>広告分析とは / キャンペーンとグループ / マッチタイプ (完全一致、フレーズ一致、絞り込み部分一致、部分一致) / 広告キーワード / 一致した検索クエリ / 広告流入時間 / リンク先 URL / プレースメント / キーワードの掲載順位</p> <p>質疑応答</p>
Chapter.2 分析視点	<p>問題点を把握するための基準値とは / 基準値から改善すべき箇所を特定する (ユーザー分析 / 広告分析、集客分析 (トラフィック分析) / 行動分析 (コンテンツ分析)、コンバージョン分析)</p> <p>★グループワーク</p> <p>ユーザ分析、広告 / トラフィック分析、コンテンツ分析 / コンバージョン分析について話し合い、ターゲットサイトの改善点をみつけます</p>
Chapter.3 セグメントをした分析	<p>ユニファイドセグメントを使用して分析視点を変える (ユニファイドセグメントの活用 / タブレットユーザー、モバイルユーザーの動きを知る / 新規訪問者とリピータの動きの違いを知る / モチベーションの高いユーザーの数値を知る) / カスタムセグメント (カスタムセグメントの作成方法 / 認知ワード、非認知ワード流入分析)</p> <p>★カスタムセグメント作成グループワーク</p> <p>分析すべき視点が見れるようカスタムセグメントを作成します</p>
Chapter.4 改善手法	<p>LPO / EFO (LPO、EFO とは / LPO の使用した改善事例) / SEO (内部対策 (センテンスマークアップやサイト内リンクの構造化について) / 外部対策 (リンクの量と質、バックリンクを知る、レリバンシーについて) / パンダアップデート、ペンギンアップデート) / SEM (リスティング広告 / Yahoo! リスティング広告と Google Adwords)</p> <p>質疑応答</p>
Chapter.5 ツールの活用	<p>Google ウェブマスターツール (Google ウェブマスターツールとは / HTML の改善、検索クエリやサイトへのリンク) / Google キーワードツール (各キーワードのキーワードボリュームを知る / 広告の競合性や季節トレンドを理解する)</p> <p>質疑応答</p>

# カリキュラム (アクセス解析レポート作成研修)

概要	内容
Chapter.1 アクセス解析レポートのレイアウト	アクセス解析レポートの構成要素、配置例 / PowerPoint を使用したレポートテンプレートの作成 (PowerPoint の操作 (スライドの挿入、スライドデザインの変更) / スライドマスターの操作 / オブジェクトの挿入 (図形、画面キャプチャ、Excel グラフのリンク貼付け)) / 伝わりやすい、見栄えの良いレポートの作成テクニック 質疑応答
Chapter.2 レポート作成実践	グラフ種類の違いによるわかりやすさ / Google アナリティクスのエクスポート / Excel を使用した表、グラフ作成 / さまざまなグラフ作成演習 (訪問者数レポート (前年比較) / 流入別訪問レポート (Google/organic、Yahoo/CPC、ノーリファラーなど) / 正しいグラフ選定 (時間軸あり / なし、項目数多め / 少なめ) / 集客施策別割合レポート / ランディングページ別の訪問数と直帰率 (複合グラフの作成)) 質疑応答
Chapter.3 ウェブマーケティング計画書レポート	ウェブマーケティング計画書とは / ウェブマーケティング計画書の作成練習 (商談率と受注率 / リスティング費用と内部施策効果) / ウェブマーケティング計画書の作成演習 (企業事例をもとにウェブマーケティング計画書の作成) 質疑応答

※ 講義内容についてご要望がございましたらお気軽にご相談ください。 ※ 1時間～1時間半ごとにご休憩をお入れいたします。

※ ご参加される皆様の状況によって時間や内容が異なる場合がございます、予めご了承ください。

# カリキュラム (アクセス解析の KPI 設計研修)

概要	内容
Chapter.1 カスタム機能	リアルタイム (サマリー、地域、トラフィック、コンテンツ) / インテリジェンスイベント (サマリーとカスタムアラートの作成) / マイレポートのカスタマイズ / ショートカット機能 / カスタムレポートの作成 (ターゲットサイト独自のレポートを作成する / ディメンションと指標 / エクスプローラとフラットテーブル) / レポート (レポートをメールで定期的送信 / レポートを CSV 形式で書き出す) 質疑応答
Chapter.2 KGI / CSF / KPI	KGI、CSF とは / KPI とは (EC サイトの KPI 例 / ツリー構造から KPI の設定をする) 質疑応答
Chapter.3 KPI 設計実践	ディスカッション (ターゲットサイトの日別、週別、月別 KPI を考えてみましょう) / KPI をカスタムレポート、カスタムアラート、マイレポート、ショートカットを活用してカスタマイズする 質疑応答
総復習	5 つの研修 : 導入、基礎、中級 (分析視点とレポート、上級 (カスタム / KPI 設計) を振り返っての総復習、質疑応答をいたします

※ 講義内容についてご要望がございましたらお気軽にご相談ください。 ※ 1 時間 ~ 1 時間半ごとにご休憩をお入れいたします。

※ ご参加される皆様の状況によって時間や内容が異なる場合がございます、予めご了承ください。

# カリキュラム (GAIQ 資格対策研修)

概要	内容
Chapter.1 はじめに	GAIQ (Google Analytics Individual Qualification) 試験概要のご説明をいたします
Chapter.2 基本操作確認	アナリティクス設定/ユーザー分析/集客分析(トラフィック分析)/行動分析(コンテンツ分析)/コンバージョン分析
Chapter.3 ファーストステップ	レポートデータの活用(演習問題1、解説 演習問題2、解説)
Chapter.4 基本	アカウント管理(演習問題1、解説 演習問題2、解説)/キャンペーンのトラッキングと Adwords との統合(演習問題1、解説 演習問題2、解説)/ Adwords 関連の解析(演習問題1、解説 演習問題2、解説)/ Google アナリティクスの目標(演習問題1、解説 演習問題2、解説)/ Google アナリティクスのフィルタ(演習問題1、解説 演習問題2、解説)/ 正規表現と Google アナリティクス(演習問題1、解説 演習問題2、解説)/ e コマーストラッキング(演習問題1、解説 演習問題2、解説)/ ドメインとサブドメイン(演習問題1、解説 演習問題2、解説)
Chapter.5 レポートの見方	ページビュー数、訪問数、ユーザー数(演習問題1、解説 演習問題2、解説)/ 時間に関する指標(演習問題1、解説 演習問題2、解説)/ トラフィック(演習問題1、解説 演習問題2、解説)/ コンテンツレポート(演習問題1、解説 演習問題2、解説)
Chapter.6 詳細解析	アドバンスセグメント(演習問題1、解説 演習問題2、解説)/ アナリティクス インテリジェンス(演習問題1、解説 演習問題2、解説)/ サイト内検索(演習問題1、解説 演習問題2、解説)/ イベントトラッキングとバーチャルページビュー(演習問題1、解説 演習問題2、解説)/ その他のカスタマイズ(演習問題1、解説 演習問題2、解説)

※ 講義内容についてご要望がございましたらお気軽にご相談ください。 ※ 1時間~1時間半ごとにご休憩をお入れいたします。

※ ご参加される皆様の状況によって時間や内容が異なる場合がございます、予めご了承ください。