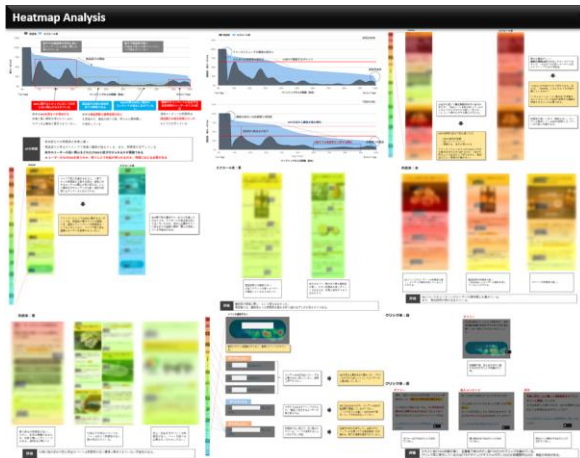




ヒートマップ分析レポートのサンプル

ヒートマップ分析

ヒートマップを用いた客観的な分析に加え、コンテンツ内容も考慮した分析を行います。



ランディングページを**徹底的に分析**する為に行う分析

こんな**キーワード**が気になったら！

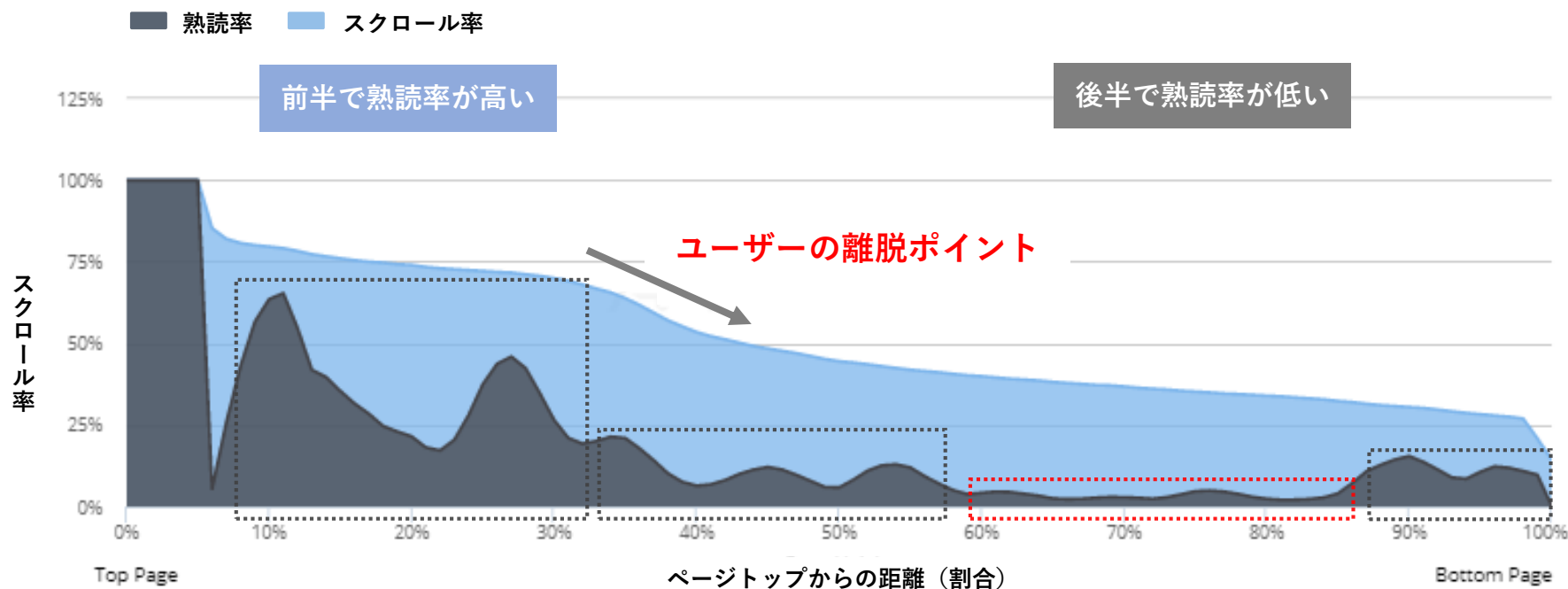
LPO/LP改善

ページ最適化

ユーザー行動分析

具体的な分析は次のページから

分析内容その1：数値によるページの分析



トピックに対して
非常に高い関心

以降、熟読率
低下が顕著

成分 / 素材の
コンテンツが未読

キャンペーンに反応

改善箇所の特定と内容を把握

分析内容その２：ファーストビューの分析

ファーストビュー直後の**離脱率**は適正か

最大の離脱ポイント

離脱の規模は約〇〇%と大きいわけではないが、ファーストビューでの内容とユーザーの期待にギャップがある可能性。

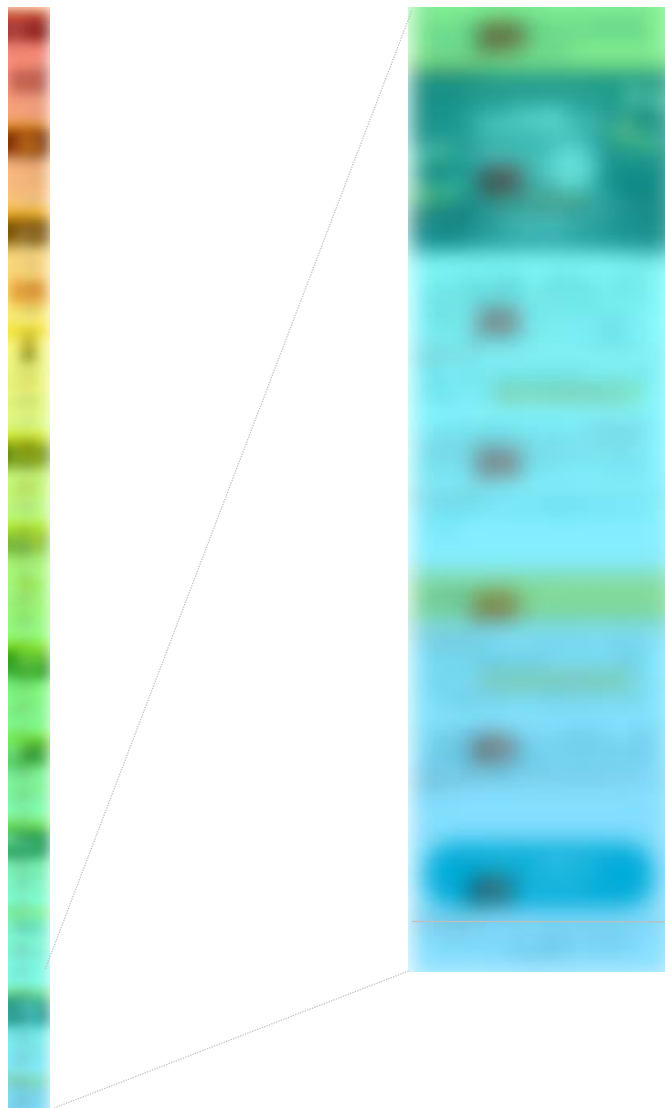
数値を基に行う分析

“お悩み”の内容がかなり曖昧である。例えば、「〇〇〇〇」とはどのような状態を意味しているのか？

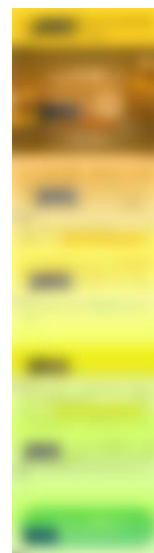
“シチュエーション”と“具体性”を用意することでユーザーが本商品を使用する場面を想像させることが必要である。

内容を基に行う分析

分析内容その3：お問合せボタン周辺の分析



熟読率

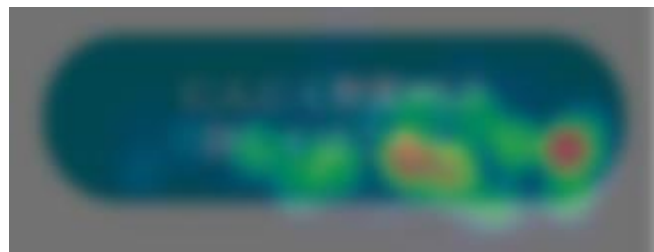
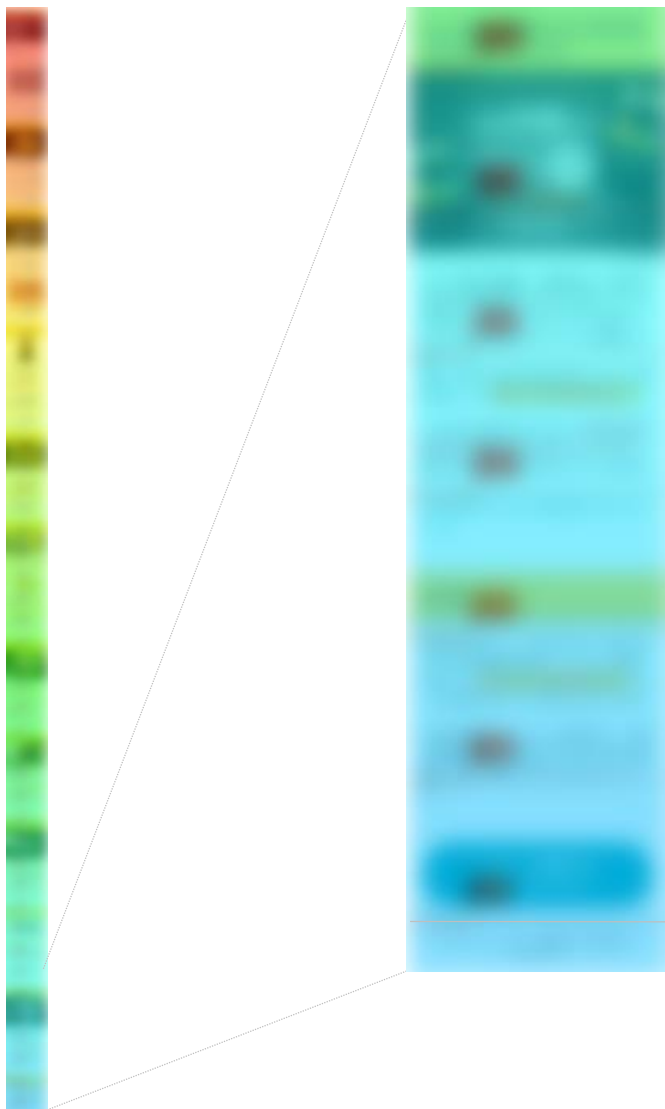


本LP最下部の遷移ボタンまでに到達したのは〇〇%。スクロールの完遂率は決して低いものの、本LPへの遷移ボタンに至るまでの過程で興味・関心が減衰している。

ファーストビュー下の商品情報に関するコンテンツでは、熟読率が最大で〇〇%程度。一方、価格とキャンペーンの熟読率は〇〇%となっており、ページ下部に至る過程でユーザーを説得できていない。

お問合せボタンへの**到達率**は十分か

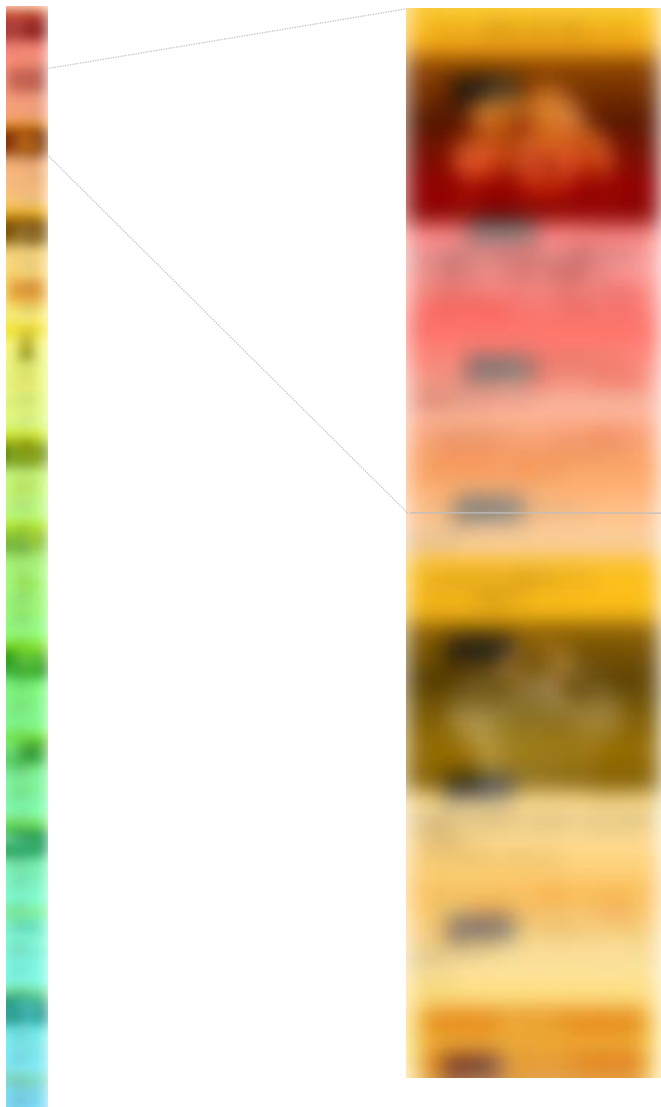
分析内容その4：お問合せボタンのクリック分析



適切にボタンが認識されている。
実際にクリックが発生している。

ボタンの**誤クリック**は発生していないか

分析内容その5：高熟読率コンテンツの分析



重要コンテンツは**適切に配置**されているか

ユーザーは“商品素材”に対する新たな情報を知りたい。

【一般的に知られていること】

- ・ 店舗系のデモンストレーションで使われること
- ・ なんとなく役に立つイメージということ

【ユーザーの知りたいであろう情報】

- ・ 具体的な素材の利点
- ・ 活用すべきシーン
- ・ どんな人が使用すべきなのか

【LPが提供している情報】

- ・ 使用を終えるまでの期限
- ・ 継続の効果がすごい事
- ・ 個人の利益に繋がること

ユーザーが求めている情報と提供している情報に乖離がみられる。結果として商品を購入、サンプル申し込みする理由をユーザーに与えられていない。

コンテンツカテゴリ
を考慮した分析

コンテンツ内容
を基に行う分析

分析内容その6：低熟読率コンテンツの分析

具体的な情報を提示できていないコンテンツとなっている。

【〇〇】

「様々な成分を含んでいる」

→ 具体的にはどのような成分が入っているのか。

「仕事や運動、日々の活力をサポート」

→ そのように言える根拠がない。

【〇〇】

「現代人に必要な栄養素をバランスよく含む」

→ 具体的にはどのような栄養が入っているのか。

【〇〇】

「素材由来のたんぱく源」

「お肌にも補いたい栄養素」

→ 栄養素とお肌が結びつかない

ユーザーに提供したい情報は、

- ・ 具体的な成分名
- ・ 具体的な効用

だが、表現上使用ができないのであれば、条件に合わせた表現を行う。

- ・ 短くインパクトのあるコンテンツ
- ・ イラストを多用した雰囲気での伝え方
- ・ コンテンツ自体を省略してしまう

コンテンツを**どう修正**すべきか

その他：様々なコンテンツの分析



コンテンツ修正前後の
比較による分析



熟読率を用いた
重要コンテンツの特定

改善ポイントの提案

対象LP	改善箇所	該当ページ	指摘している内容	改善案	改善インパクト	工数
LNO.1458-BD	全体の構成	3	LPの前半とLPの後半が結びついていない	栄養不足だからビタミンが必要、という明快な文脈にコンテンツを変更	大	中
	ファーストビュー	4	提示しているお悩みの内容3つにユーザーの共感を得られていない	テキスト内容の変更、悩みを具体的なシチュエーションで記載	大	中
	お申込みボタン 各リンク	6	ページ途中のリンクが押されていない	リンクテキストの変更、 コンテンツとテキストの関連性を高める	小	小
	熟読率の高いパート	7	材質の説明がユーザーの得たい情報ではない	テキスト内容の変更、 具体的な成分や活用シーンなどを記載	中	小
	熟読率の高いパート	7	商品を買わない理由が記載されていない	テキスト内容の変更、買えない理由を挙げ、 その解決法が〇〇、という流れに変更	中	小
	熟読率の低いパート	8	各素材の説明に具体性がない	コンテンツの変更、 イラストや画像で直感に訴える内容に変更	中	中
総括	LP前半の”お悩み”の解決方法として「本商品」が有効である、というロジックが成立していない。 最優先で取り組むべきは、LP前半部分のテキスト内容の変更によって、より自然な流れで製品紹介ができるように変更することである。					

改善ポイントをまとめてご提案

ヒートマップ分析の料金・導入フロー



HEAT MAP

ヒートマップ作成

50,000円/ページ

※スポット利用可能

LPO / LP改善
ページ最適化
ユーザー行動分析



ツール導入

ヒートマップツールの導入

- ・ご使用中のツールを継続
- ・当社採用のツールのご利用
- ・ヒートマップデータのご提供



データ蓄積

データが蓄積されるまでの計測期間

- ・データが既にある場合は省略
- ・ツール導入時から計測開始
- ・計測期間はサイトの規模によります



レポート作成

ヒートマップレポートの作成

- ・蓄積データの利用
- ・PDFのレポート作成
- ・ファイルデータによる納品



■会社名

株式会社エックス

■本社所在地

〒540-0029 大阪市中央区本町橋5-14 オージービル本町橋10階

■メールアドレス

info@dxu.jp

■WEBサイト

<https://www.dxu.jp>

■事業内容

- ・WEBメディアの運営
- ・デジタルマーケティング支援
- etc...

関連会社



株式会社ディスカバリー

本社所在地 〒540-0029 大阪市中央区本町橋5-14 オージービル本町橋604

電話番号06-6314-6218 URL: <http://discovery-inc.com>

事業内容: デジタルマーケティング、広告代理、キャストینگetc...



株式会社ユニアース

本社所在地 〒530-0016 大阪府大阪市北区中崎2丁目1-4 鳶野(シマノ)ビル7階

電話番号06-6292-6200 URL: <http://uniearth.jp>

事業内容: スマートフォンアプリ開発、システム開発、デザインetc...

