

「この1社」

めにメールアドレスを取
得できるようにサイトを
設計し直した。この改良
で資料請求数が10倍と飛
躍的に上昇したという。
こつした成果は地道な
ねる。ノウハウを持った
担当者はずぐに増やすこ
とも難しく、「せっかく
の依頼を断ることも少な
くない」（遠藤社長）。
そこで開発したのが、
ツク以内で基礎データは
すべて確認できる」（中
島克彦取締役）使用やす
い時に人がばかにされる
のはおかしい」。当時の
セコム、ぐるなびなど、
インターネットを取り巻
く状況への違和感が、事
業のきつかけとなった。

企業にとってウェブサ

イトは顧客との重要な接点。そのデザインや構造は顧客を商品購入に誘導するための大きな力を持つ。 「利用者にとっての使いやすさ」を徹底してサイト設計を手掛け、実績をあげているのが、ウェブコンサルティングのビービット（東京・千代田）だ。これまで150社のサイト改良に携わり、独自開発した広告効果測定システムの採用は約200社にのぼる。

遠藤直紀社長は「使いやすさはビジネスに直結

ビービット



遠藤直紀社長

例えはNECは、企業向け会計システムの販売増にビービットのサイト改良コンサルティングを活用した。閲覧者はバナー広告や検索連動型広告、通常の検索など、異なる経路からサイトを訪れるが、それぞれ商品に対する興味や理解の度合い

たい段階」など複数シナリオを想定。商談依頼ページに直結させたり、ソフト導入例を紹介するた

**概要設計の広告効果
サイトの販売促進
システム運用
千代田区
3月
円
00万円
(2009年12月期)**

ビービットの概要

事業	ウェブサイト設計のコンサルティング、広告効果測定システムの販売
社長	遠藤直紀
本社設立	東京都千代田区 2000年3月
従業員	51人
資本金	3200万円
売上高	10億1400万円 (2009年12月期)

サイト広告効果自ら測定

簡単操作、200社採用

内理店 A	販賣品	クワンタ	CV/ 1台	CVR総 (合計)	アンスト (合計)	CV	アンスト	全量 合計
A6	<u>ポルビ</u>	29,226	1,763	6,000	68	958	780	90
A6	<u>ハナエ</u>	27,857	1,004	6,02	52	771	597	80
A6	<u>チネスト</u>	15,078	608	5,68	41	481	405	45
A6	<u>リスティング</u>	14,994	859	5,89	36	418	375	45
A6	<u>アフィリエイト</u>	5,821	824	5,57	23	178	180	11
合計		93,173	5,448	5,06	272	2,676	2,986	278

ビービットの広告効果分析システム「ウェブアンテナ」の画面

遊データ測定の見直しなどを適宜、代理店側に依頼できる。

き落とし、どの広告がどれくらいの実績に結びついたかという広告効果の測定に特化した。

「3クリのために道具が存在するはだ。」

（森国司）

(森国司)