

## ビービット、広告効果測定ツール「ウェブアンテナ」に、 ソーシャル・お気に入りの効果を測定できる 「全ての流入計測」機能を追加

「ウェブアンテナ」は、今回の大幅バージョンアップにより、ネット広告・SEO・ソーシャル・お気に入りなど、全ての集客施策の効果測定が可能になり、まとめて1つの管理画面で見られるようになる。

今まで複数のツールを使い、Excel で集計していた集客施策の報告レポートを、「ウェブアンテナ」だけで、短時間で簡単に作れるようになる。

さらに「ウェブアンテナ」は、ソーシャル・お気に入りの間接効果まで分析できる。例えば、Twitter で初回の認知を獲得し、リスティングからコンバージョンするといった、全ての接触履歴が分かる。

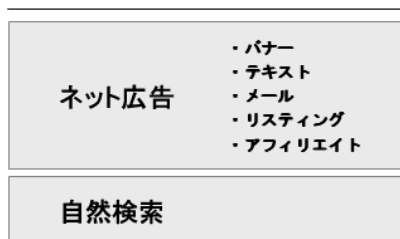
この新機能「全ての流入計測」は、広告効果測定ツール市場初の機能で、2011年2月1日より提供を開始する。

### ■ リリースの背景

厳しい経済環境下においてネットマーケティングへの期待が高まる中、去年は Twitter に代表されるソーシャルメディアが注目され、企業にとってもその影響力は無視できない存在となってきました。このようなメディアの隆盛により、企業とユーザとの接点が増えると同時に、一人のユーザが複数の接点で接触するようになり、企業のネットマーケティングに関する業務は膨大化・複雑化を極めているのが現状です。またクリエイティブのみの最適化ではなく、ユーザとの接触を把握した上でのコミュニケーションの最適化がますます重要になってきています。

ビービットが提供するインターネット広告効果測定ツール「ウェブアンテナ」では、すでにネット広告や自然検索、自社メルマガ等の効果測定機能を備えていましたが、上記のような状況を踏まえ、今回ソーシャルメディア・お気に入り・外部サイトなど、全ての流入経路に対する効果測定が可能となる「全ての流入計測」機能を業界で初めてリリースします。

図1 新機能の概要  
従来



新機能リリース後



ネット広告、自然検索からの流入  
のみ測定

全ての流入が測定可能

# beBit

## ■ リリースの意義

### ① 効果測定・集計作業の効率化

すでに全ての流入経路に対する効果測定を実施している企業もありますが、その際、複数ツールの利用や Excel による集計作業などが必要なことが多く、効果を正しく把握するための作業に追われ、肝心の施策の評価や改善に時間が使えないことが現場の大きな課題でした。そのため、本機能を利用することで、流入経路別の成果が自動的に一元管理でき、業務効率の大幅改善が実現されます。

### ② ネット全体を見渡した幅広いコミュニケーション施策の評価

ネットマーケティングを効果的に推進する上では、「流入経路(入口)」と「成果(出口)」をきちんと把握することが重要です。この「入口」と「出口」がしっかり押さえられることで、その間をつなぐコミュニケーション施策の評価・改善が行えるようになります。

「入口」「出口」の管理による効果測定範囲は、これまで費用対効果がシビアに問われるネット広告および SEO(自然検索)領域をメインとしていましたが、本機能を用いることで、昨今影響力が増しているソーシャルメディアやお気に入りといったあらゆるユーザ接点も分析の対象とでき、より幅広い施策の検討が可能となります。特に、ソーシャルメディアに関しては、フォロワー数やブログ記事数、コメント数、ツイート数といったデータで評価されることが多く、実際のサイトの成果への貢献度合いは計測しづらい状況でしたが、本機能によりプロモーションが想定通りに機能しているかを自動で把握できるようになります。

また、全ての流入が計測できることで、サイト来訪ユーザのボリューム感および伸びしろの把握ができ、さらなる施策や資源配分の検討のインプットとすることができます。

### ③ 間接効果分析による分析レベルの向上

全ての流入経路を対象に「間接効果(詳細は次項(2)で詳述)」と呼ばれる、コンバージョンに間接的に貢献した経路の分析も行えるようになるため、より精度の高いマーケティング施策の検討ができるようになります。

## ■ 新機能「全ての流入計測」の詳細

### (1) 全流入経路コンバージョン計測機能

ソーシャルメディアやお気に入りなど、計測パラメータをつけることができない流入経路についても、「その他流入」として直接コンバージョンにつながったかどうかを計測可能となります。計測単位は

- ・ 流入元サイト単位
- ・ 流入元ページ単位
- ・ 入口ページ単位

の3種類を用意しており、例えば「同じページから流入していても、サイト内のどのページに入ってきたかによってコンバージョン数に違いがある」といった分析が可能となります。

図2 計測単位図解

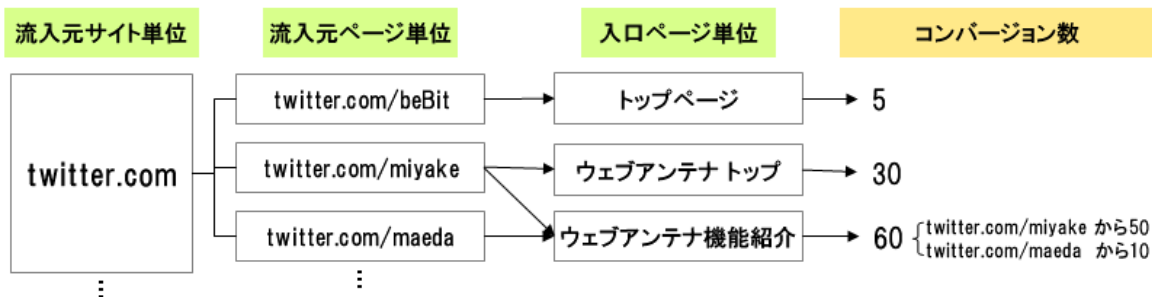


図3 画面イメージ「その他流入」の「流入元サイト単位」の画面

CSV出力 合計 曜日 流入元サイト単位

流入元サイト	クリック数	会員登録		申し込み	
		直接		直接	
<a href="#">リファラなし</a>	562		13		8
<a href="http://mixijp">http://mixijp</a>	128		4		0
<a href="http://twitter.com">http://twitter.com</a>	122		3		0

# beBit

## (2) 間接効果測定機能

今回の新機能は、コンバージョンした全ユーザの過去の接触履歴を一覧化する「コンバージョンレポート」にも反映されるため、ネット広告に限らず、ソーシャルメディアなどの間接効果も詳細に分析できるようになります。これにより、例えば「Twitter は直接のコンバージョンには寄与していないが、認知を取る上で効果があった」といった情報を得ることができ、コミュニケーション施策の検討に役立てることができます。

### 具体例:あるユーザのコンバージョンまでの行動

最初 Twitter から流入してサイトの存在を知り、最終的には自然検索でのサービス名の指名検索からコンバージョンに至った。この場合、Twitter は初回認知に貢献していたと評価できる。



### ■ 費用

「全ての流入計測」機能は追加オプションとなり、月額5万円(税別)となります。  
\*ただし、追加オプションご利用数に応じた割引プランの適用あり。詳しくはお問い合わせ下さい。

### ■ 今後の見通し

今回の機能追加はPC版のみを対象としていますが、今後携帯版にも同様の機能追加を行う予定です。また、「ウェブアンテナ」では今回の機能追加に限らず、インターネットマーケティング領域において、ソフトウェア・サポートサービスの両面から、企業がマーケティングデータを適切に活用し、成果を上げられるよう支援する活動を行っていきます。

以上

### ◆ 広告効果測定ツール「ウェブアンテナ」 <http://www.bebit.co.jp/webantenna/>

広告主および広告代理店の業務効率を上げ、その効果改善に貢献すべく、インターネット広告、自然検索(SEO施策)、ソーシャルメディア等の効果測定に対応したツール。2008年2月のPC版サービス開始より、サントリー酒類、NTTコミュニケーションズ、セコム、マネックス証券等、幅広い業界で累計200社以上の導入実績を持つ。

### ■ 株式会社ビービット <http://www.bebit.co.jp/>

設立 : 2000年3月

代表取締役: 遠藤直紀

事業内容 : ユーザ中心アプローチによる企業のネットマーケティング支援

独自のネットマーケティング方法論「ユーザ中心 PDCA」やウェブサイト設計手法「ビービット UCD (User Centered Design)」を用い、ユーザ行動や心理を科学的アプローチで解明し、企業のネットマーケティングを支援。三井住友銀行、ホンダ、NTTドコモ、ベネッセといった大手企業その他、マネックス証券、Yahoo! JAPAN等のネット先進企業など、数々の企業ウェブサイトを成功へと導いている。インターネットマーケティングのコンサルティング経験を元に開発したインターネット広告効果測定ツール「ウェブアンテナ」を提供。

### ■ 本件に関するお問い合わせ先

株式会社ビービット 担当 三宅 ([wa\\_support@bebit.co.jp](mailto:wa_support@bebit.co.jp))

〒102-0071 東京都千代田区富士見 2-14-37 FUJIMI EAST 1階

TEL: 03-5210-3891

FAX: 03-5210-3895