

＼ 実業務で活用しよう！ ／

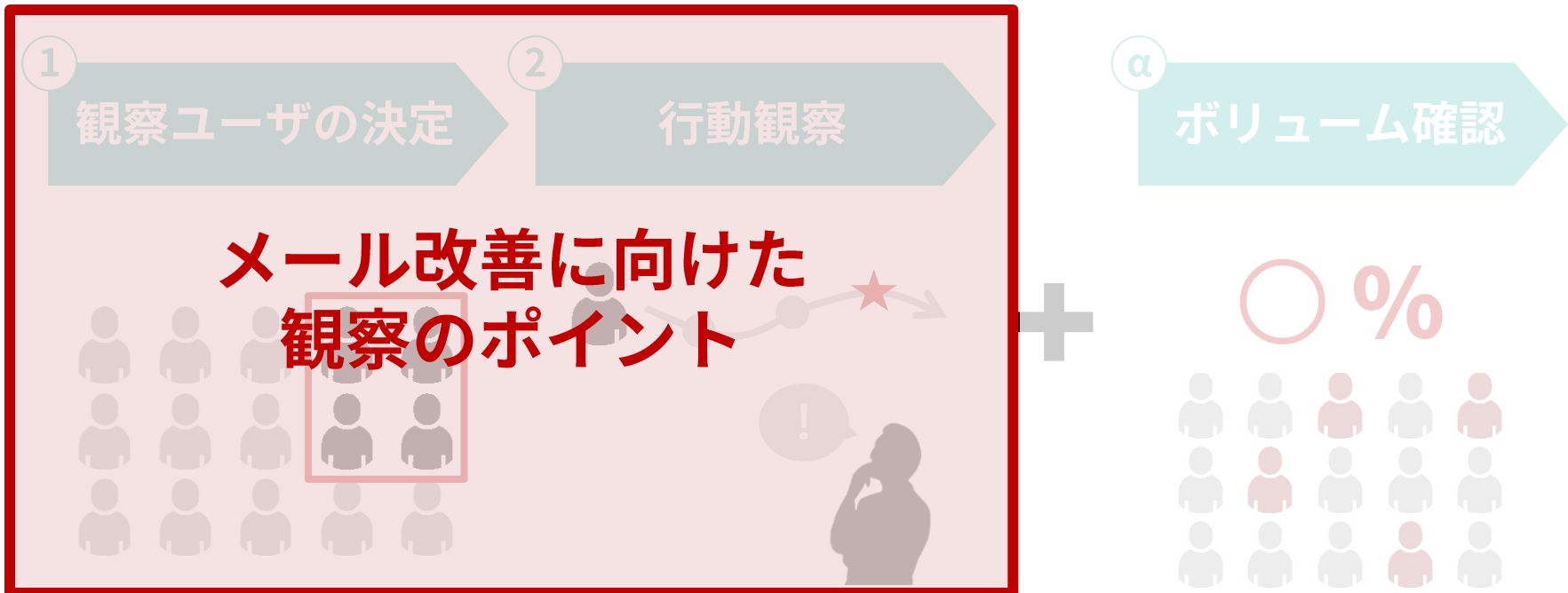
テーマ別 観察のポイント

メール施策

USERGRAM観察の進め方

🎯 観察の目的

- 毎週配信しているメール施策のコンテンツ改善
- 数値成果が良いメール・悪いメールのサイト流入後行動の比較



観察対象ユーザの抽出方法

観察対象は「観察したいメールから流入しCVしたユーザ」が基本です。見たい内容に応じて流入ページのURLやCVした商品・サービスを条件に追加します。

基本



**対象のメールから
流入したCVユーザ**

対象
メール



サイト



狙うCV



※メール内の遷移先URLにパラメータを付与しておく必要があります

応用

メールから特定ページに流入する行動を見たい場合

流入ページのURLを指定

+

応用

メールから特定商品・サービスをCVする行動を見たい場合

CV属性を指定

+

観察対象ユーザの抽出方法

観察対象は「観察したいメールから流入しCVしたユーザ」が基本です。見たい内容に応じて流入ページのURLやCVした商品・サービスを条件に追加します。

デモ実演

基本



**対象のメールから
流入したCVユーザ**

対象
メール



サイト



狙うCV



※メール内の遷移先URLにパラメータを付与しておく必要があります

応用

メールから特定ページに流入する行動を見たい場合

流入ページのURLを指定

+

応用

メールから特定商品・サービスをCVする行動を見たい場合

CV属性を指定

+

観察対象ユーザの抽出方法

基本



**対象のメールから
流入したCVユーザ**

対象
メール



サイト



狙うCV



※メール内の遷移先URLにパラメータを付与しておく必要があります

+

応用

メールから特定ページに流入する行動を見たい場合

流入ページのURLを指定

+

応用

メールから特定商品・サービスをCVする行動を見たい場合

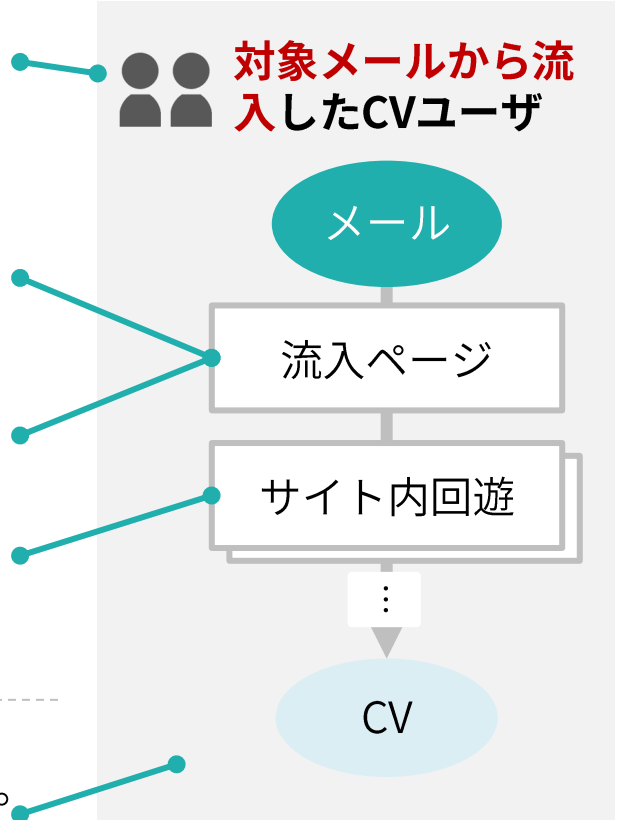
CV属性を指定



応用編を含めた「**絞り込みガイド**」をご活用
ください (URLは概要欄を参照)

観察時に注目すべき行動

メールなどプッシュ系施策の改善の観点は「いつ」「誰に」「何を」。実際にメール経由でCVしたユーザの行動のうち、例えば下記の行動に注目すると打ち手につながるインプットを得られる可能性があります。

改善の観点	注目すべき行動
誰に ターゲット	✔ どんな属性 （性別・年齢・購入経験…）のユーザが興味を持っていそうか？ 
いつ 配信タイミング	✔ メールからの 流入時刻 は？ 流入後、十分な検討時間がありそうか（ サイト滞在時間 ）？ ✔ メール前後での サイト訪問時期 は？
何を コンテンツ	✔ メールで訴求した内容は興味を持たれているか（ 閲覧時間 は妥当か）？ ✔ 流入後～CVまでに 見ているページ は？ メールに盛り込むべき内容はないか？
どうやって UI	✔ サイト流入～CVまでの 導線はスムーズ か。つまづいていそうな箇所はないか

ユーザ行動と気づき・対応の具体例 (1/4)

USERGRAMで見られた行動例とそれに対する解釈・対応例をご紹介します。

例1 いつ

メールからの**流入時刻**に注目



注目したユーザ行動



昼12時にメール配信をしていたが、
実は**20時~21時頃**にサイト流入・CVしているユーザが多い



気づき・対応



帰宅後にメールチェックをしているのでは？
メール**配信時間を遅らせてみよう**

ユーザ行動と気づき・対応の具体例 (2/4)

USERGRAMで見られた行動例とそれに対する解釈・対応例をご紹介します。

例2 いつ

メール前後での**サイト訪問時期**に注目



注目したユーザ行動



初回CV者向けクーポンを1ヶ月後に配信していたが、CV後**数日のうちに再訪問**している



気づき・対応



初回CV直後はCV意欲が高い状態が続いていそう
クーポンの送信時期を**初回CVの直後**に変更してみよう

ユーザ行動と気付き・対応の具体例 (3/4)

USERGRAMで見られた行動例とそれに対する解釈・対応例をご紹介します。

例3 何を

メールから流入したページの**滞在時間**に注目



注目したユーザ行動



メールから誘導した商品の閲覧時間はごくわずか。その後、**自分で商品検索してCV**



気づき・対応



複数商品を比較して選びたいのでは？
特定商品ではなく、**商品一覧へのリンクをメール内に設置**しよう

ユーザ行動と気付き・対応の具体例 (4/4)

USERGRAMで見られた行動例とそれに対する解釈・対応例をご紹介します。

例4 UI

同じことを繰り返している行動に注目



注目したユーザ行動



メールからセールページに流入後、**すぐに離脱**。その後、メールから**再度流入、じっくり閲覧**



気づき・対応



セール商品が見たくて来たが、セールページ冒頭の説明が長く、商品が下にあることに気づかなかったのでは？

ファーストビューを調整しよう

観察時に注目すべき行動

メールなどプッシュ系施策の改善の観点は「いつ」「誰に」「何を」。実際にメール経由でCVしたユーザの行動のうち、例えば下記の行動に注目すると打ち手につながるインプットを得られる可能性があります。

