

どうすればWebで商品が売れるようになるのか？



サンネットはWebマーケティングに特化した技術系ベンチャーだ。SEO支援ツール「TOFU」などの自社商品を開発している。そして2009年7月に、業界最先端のアクセス解析ツール「TOFU with eigwa」をリリースした。このツールの革新性は、アクセス解析を「見える化」し、ひと目でWebサイトの改善点が把握できる点にある。今回は、サンネット代表の上地氏と開発メンバーの知念氏と松原氏に、売れるWebサイトについて聞いた。

サイト訪問者は多い。なのに、なぜ売れない？

——御社はWebで商品を販売している会社に対して、SEO支援ツールなどを提供しています。Webマーケティングに力を入れている会社が、特に陥りがちな問題を教えてください。

上地：「サイト訪問者は多いのに商品が売れない」という問題ですね。多くの企業は訪問者を増やすために、SEOやリスティング広告に投資します。しかし、SEOやリスティング広告は、あくまでもサイトの入り口に見込み客を連れてくるだけ。肝心の売上にまで結び付かないケースが多いんです。中には、人気キーワードで検索結果

成約者・離脱者はどういうルートを通っているのか。それらを徹底的にデータで押さえる。その上でサイト改善の仮説を立てて検証するわけです。つまり、綿密なアクセス解析をもとに、サイト改善を繰り返していく必要があるんです。

このほど当社は最新鋭のアクセス解析ツール「TOFU with eigwa」を開発しました。これはサイト訪問者の導線を「見える化」したツール。売れるWebサイトにするための改善点をひと目で把握することができます。

実は、もともと当社はSEO支援ツール「TOFU」を開発・提供していました。しかし、お客様の中には「TOFU」でサイトを上位表示させても、売上が上がらないケースがありました。そこで気づいたんです。サイトを上位表示させるだけじゃダメだと。サイト自体を改善させ、チャリンとお金が鳴るところまで、お客様を支援しなければ意味がない。そういう思いで「TOFU with eigwa」を開発したんです。

最先端の技術系ベンチャー サンネットが開発

社長！この記事がWeb戦略の責任者に見せてください！



開発部サブマネージャー 知念 卓 ちねん すぐる
1975年、沖縄県生まれ。1998年に東京大学を中退。アルバイトを転々とし、趣味のWebサイト運営が高じて、2006年にサンネット株式会社に入社。現在、開発部サブマネージャー。

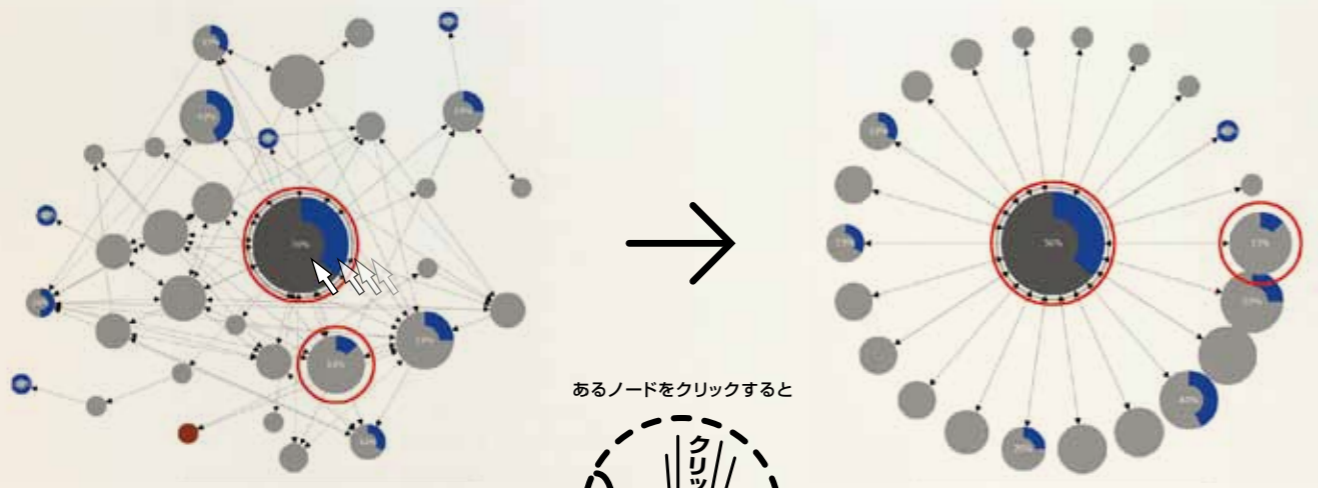
代表取締役社長 上地 明彦 うえち あきひこ
1968年、沖縄県生まれ。琉球大学を卒業後、1992年に日本コロムビア株式会社に入社。株式会社マッポーを経て、2000年に沖縄に帰郷。2004年にサンネット株式会社を設立し、2007年に代表取締役社長に就任。

商品開発部システムエンジニア 松原 秀樹 まつばら ひでき
1976年、沖縄県生まれ。琉球大学を卒業後、2000年に株式会社国建システムに入社し、2004年に退職。その後、沖縄に帰郷し、複数の職を転々とする。2008年にサンネット株式会社に入社。現在、商品開発部システムエンジニア。

月々 3万円で 売上UP!

経営者でも分かる！ アクセス解析ツール

超わかりやすい インターフェースを ちょっとだけ お見せします。



あるノードをクリックすると

訪問者数や離脱率の順に、隣接したノードを並び替えることができ、カンタンに問題点を抽出することができます。

各ノード(灰色の丸)はページを表しています。ノードの大きさはページの訪問者数に比例し、青色の大きさは離脱率に比例しています。

メッセージなアクセス解析 ツールの欠点

——すでに「グローバルアナリティクス」など、メッセージなアクセス解析ツールがあります。それらのツールでは不十分なのでしょうか。

知念：ええ。従来のアクセス解析ツールには2つの問題があります。1つ目は、ユーザビリティが低いという問題。従来のアクセス解析ツールでは、分析データが数値やグラフで出てきます。このデータをサイトの改善に活かすには、一定の専門知識やスキルが必要です。しかし、中小企業には専門知識やスキルを持ったWeb担当者がいな

い。そのため、多くの中小企業ではアクセス解析ツールが役に立っていません。2つ目は、詳細なデータ分析ができないという問題。訪問者のニーズを唯一、推し量れる情報が「検索キーワード」です。売れるWebサイトをつくるには、この検索キーワード別の分析が欠かせません。しかし、「グローバルアナリティクス」の場合、検索キーワード別の詳細な分析ができません。

「TOFU with eigwa」は、これら2つの問題を解決しています。おかげさまで、SEO会社やWeb制作会社からも高い評価を頂いています。

——売れるWebサイトをつくる

るには、どのようにアクセス解析ツールを活用すればいいですか。

上地：まず検索キーワードごとにサイト訪問者数や成約率などを確認しましょう。成約率の高い検索キーワード、そうでない検索キーワードをざっくりと把握するんです。

次に、離脱率の高いページに着目します。「TOFU with eigwa」では、離脱率の高いページは青色で表示されます。ですから、改善すべきページがひと目で分かる。

たとえば、ある検索キーワードは、サイトの1ページ目で離脱する割合が高いとします。これは訪問者の訪問目的とページ内容に乖離があると考えられます。この場合、すぐにページ内容を改善した方がいいでしょう。

また、いくらサイト改善を繰り返しても、離脱率が下がらないということもあります。このような場合は、検索キーワードと商品購入の親和性が低いことも考えられます。そういう場合、商品購入の親和性が高い検索キーワードをいくつかピックアップします。そして検証を繰り返しながら、費用対効果の高い検索キーワードに集中投資するといでしょう。

沖繩に本社を置き、技術力を磨く

——今後のビジョンを教えてください

※リスティング広告：検索エンジンでキーワードが検索された際に、検索結果ページにスポンサーとして表示される検索連動型広告のこと。
※ランディングページ：インターネット広告や検索エンジンの検索結果からのリンク先となるWebページのこと。
※離脱率：Webサイトの訪問者のうち、成約せずにWebサイトから退出した人の割合のこと。
※導線：訪問者がWebサイト内を移動した軌跡のこと。

取材文／丸山広大 撮影／高先隼徳

売上を上げる

Webマーケティングのプロフェッショナル

サンネット株式会社

サンネット株式会社
設立/2004年5月21日
資本金/1,000万円
売上高/1億2,000万円
社員数/20名
事業内容/Webソフトウェアの開発・販売、Webコンサルティング、ホームページの企画・立案・制作、ポータルサイトの運営、インターネットでの広告業務
URL/http://www.012sun.net/
TEL/098-870-0670

CORPORATE PROFILE



eigwa

検索

http://www.tofu-system.com/lineup/eigwa.html