

インバウンド獲得するHP作成術

第9回 外国人向けHPの効果的運用法(前半)

HPのアクセス解析 5つのポイント

ホテル・旅館が外国人向けホームページ(以後:HP)を運営していく中で、どれ位ページが見られ、その訪問者がどこから来たのか等を正確に知ることが出来るアクセス解析は非常に重要な。そこで、今回はそのアクセス解析を行う上で、最低(これは押さえておきたい)5つのポイントを紹介する。

①アクセス数:正確にはユニークユーザー数といわれ、HPに実際にどれだけの人が訪れたかを測定した数値である。よく似た言葉でセッション、ページビューがある。例を挙げよう。ホテルを予約するた

めにHPを訪れたとする。初日に検索エンジンで良いホテルを見つけたのでトップページだけ見て

お気に入りに入れておいた。翌日HPを計5ページ見て予約をした。この場合、ユニークユーザーは自分だけなので「1」。セッションは初日と2日目で「2」。そしてページビューは初日に1回、2日目に5回で計「6」となる。しかし、注意したいのは、このアクセス数だけに一喜一憂しないことである。アクセス解析は更に多面的に見てこそ価値が出てくる。

「トップページ以外でどれだけ見られているか?」把握しよう

②アクセス数の上位と下位ページ:トップページが最も見られていることが多いが、問題はそれ次に見られているページだ。外国人だと特に周辺案内やアクセスが多い。逆に見られていないページは、たどりの着きににくいもしくはページに魅力がないことが考えられるので、早急な対策が必要だ。

③ページ滞在時間:この数値でページがどれ位魅力的かを判別することができる。広告で直接来ているアクセスは滞在時間が短いことがあるが、これは広告のミスマッチが起きている可能性があるため、掲載方法を見直す必要がある。

④アクセス元:これから訪問者がどこから来ているかが分かる。全てを見るのは現実的に不可能だが、上位に絞って効率よく確認することが必要だ。上記滞在時間と併せて見ること、重要なアクセス元を判別することが出来る。

⑤国別アクセス:外国人向けHPでは非常に重要な項目となる。言語が英語や中国語等なのに、日本から来ている場合は在日もしくは現在進行中の旅行者の可能性が高いため、短いリードタイムで予約が入る可能性がある。また、季節毎の変動も見逃せない。冬は豪州やシンガポール、夏は欧米や近隣アジアが比較的に

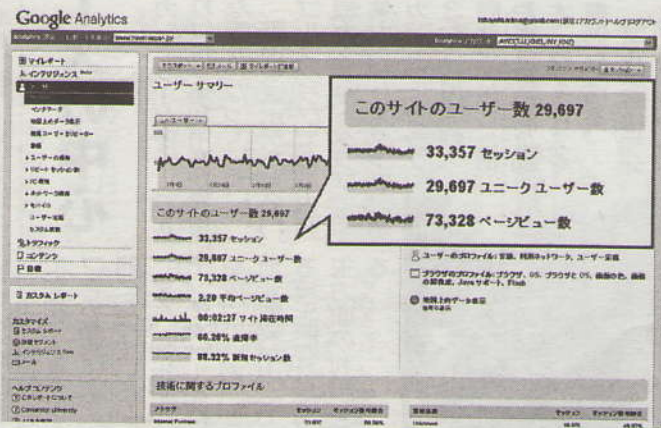
多く、施設の地域によって差はあるが、その違いに合わせて同じリスティング広告でもYahooが必須だ。シンガポールやGoogle英語圏以外のプロモーションを行うことが必須だ。

筆者プロフィール



オーエイチ
チーフディレクター
有馬 孝行

1976年熊本県出身。2001年富士屋ホテル入社後、海外リゾートホテルや都内外資系ホテルを経て06年3月オフィスオーエイチ(現:株式会社オーエイチ)入社。入社後はホテルのネットマーケティングと海外経験を活かしホテル・旅館の外国人向けホームページのディレクション・海外プロモーション担当として活躍中。



▲ Googleのアクセス解析は無料でも詳細な分析が可能