

WISETRACKER

サービス紹介書

WISETRACKER

モバイルアプリユーザの 本当のニーズが掴めます！

モバイルビジネスの成果に満足していますか？

スマートフォンやタブレットの急速な普及に伴い、多い企業がモバイルアプリの配布と設置に力を注いでいます。しかし、設置するだけでほとんど利用されない、過度なプッシュや広告が原因で削除されてしまうアプリも少なくありません。

モバイルビジネス成果向上の味方、“WISETRACKER™”

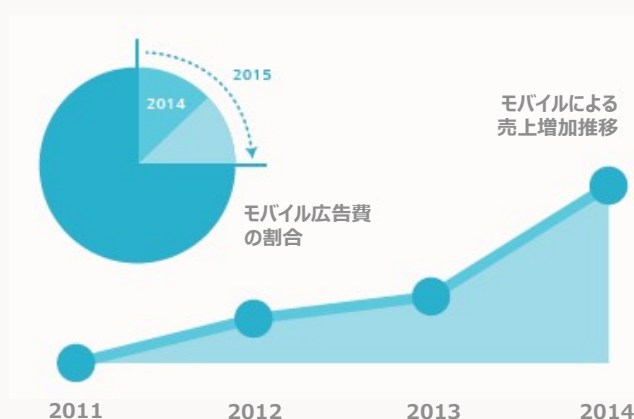
ワイズトラッカーはモバイルユーザとのコミュニケーションが可能な分析／ターゲティングソリューションです。貴社のモバイルビジネスをワイズトラッカーが加速させます。

Overview

2015年、モバイルの核心キーワードは“コマース”です。

モバイル端末利用の拡大によるライフスタイルの変化に伴い、モバイル環境でのショッピングパターンも増加しつつあります。

2015年には、モバイルコマース市場がより成長すると予想されており、それとともにモバイル広告市場も大幅の成長が期待されています。



しかし、モバイル分析はゲームアプリ分野に偏っています。

スマートフォンの普及に牽引車の役割を果たしたゲーム産業では、ユーザ満足度をより高めるためモバイルデータ分析プラットフォームがすでに利用されています。

しかし、急速に成長しているコマース分野のモバイルビジネスでは、事業に適した分析ツールの導入が遅れており、意思決定に必要な実測データの不足で困っているのが現実です。



Problem

ゲーム産業とコマーシ産業の分析 ポイントは異なります。

モバイルゲームでは、新規ユーザの確保が
第一の目標と言われています。

また、ライフサイクルが短いためCPI広告への
投資は当たり前になっています。

しかし、コマーシでは違います。

インストール促進はもちろん、持続的な訪問、
購入に導くためのアプリ最適化と効率的な
運用がより重要なポイントになります。

ROI改善ができなく悩んではいま せんか？

新規顧客確保のためにイベントやキャンペーン
など、あらゆるマーケティング活動を行っている
にもかかわらず、アプリのインストール数以外
に価値のあるデータの獲得ができていません。

また、インストール数もイベント応募だけを目的
とする“チェリーピッカー(cherry picker)”に
よって発生された数が高い割合を占めています。



Solution

論理的な意思決定を促進するための“洞察(Insight)”が必要です。

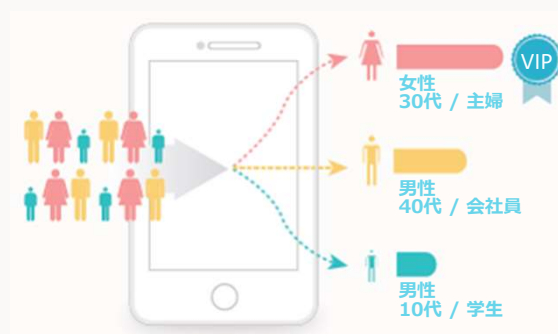
モバイルアプリ分析ソリューションは、以下の役割を果たせなければなりません。

- ① 多様な事業分野に応じてデータを分析し、アプリ活用度と成果の高い顧客を見つけ出せる。
- ② 顧客満足を達成するため、実測データを利用したモバイルアプリの開発／運用に対する論理的な意思決定が支援できる。



ターゲティング分析による効果的なROI中心のマーケティングが必要です。

多様なマーケティングチャンネルにて広告を執行する企業に対して、各々のチャンネル別にアプリインストール、会員登録、注文/転換などの主要成果値を提供し、ROI基盤の効率的なマーケティング運用を実現します。



さらに、性別、年齢層、会員レベル、購入周期などのユーザ属性分類で高精度のターゲットマーケティングが行えます。細分化された測定データを活用することで、ROIの高いロイヤル顧客が分かるようになります。

モバイルビジネス、 ワイズトラッカーで 成功への道が開ける！

アプリの利用状況を把握します。

WISE 01. 顧客維持 & アンインストール数

WISE 02. プッシュメッセージ最適化

重要ターゲットが分かります。

WISE 03. ユーザ分析

WISE 04. デバイス分析

WISE 05. 多次元セグメント

効果的なマーケティングを行います。

WISE 06. 広告効果分析

WISE 07. ユーザ定義目標設定、KPI

顧客の要望を理解します。

WISE 08. コンテンツ分析

WISE 09. 画面タッチ分析

アプリ改善の手がかりを見つけます。

WISE 10. ユーザ行動パターン分析

WISE 11. 転換シナリオ分析

アプリの利用状況を把握します。

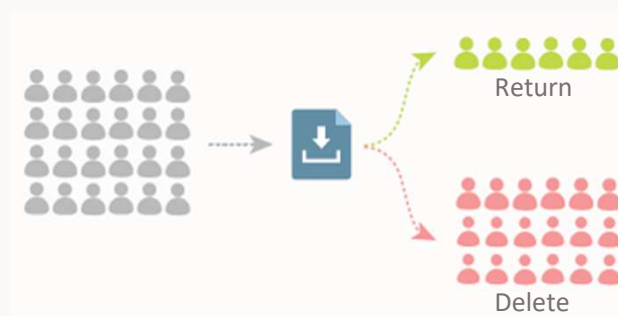
顧客維持 & アンインストール数

アプリはインストール促進よりアクティブ顧客の維持がより大事にされています。

毎日のアプリ利用状況とアンインストール数を確認しましょう。

再利用数、アンインストール数

アプリのインストール以後、持続的にアプリを利用しているか不かが確認できる再利用数と、有効利用確認(alive check)ができないデバイスを追跡したアンインストール数を分析します。



チャンネル別維持率比較

チェリーピッカーを減らしたいなら、チャンネル別のアプリ利用状況を把握して、アンインストール率の低い、且つアプリ再利用率の高いチャンネルにマーケティング活動を集中する必要があります。

Apple Store				Google Play				Amazon						
appインストール数	+ 1d		+ 2d		appインストール数	+ 1d		+ 2d		appインストール数	+ 1d		+ 2d	
502	543 (67.7%)	128 (15.9%)	571 (64.4%)	163 (20.3%)	775	351 (45.3%)	214 (27.6%)	281 (36.2%)	345 (44.5%)	768	433 (56.3%)	168 (21.8%)	514 (66.9%)	179 (23.3%)

アプリの利用状況を把握します。

Push Message 最適化

過渡なプッシュメッセージは、ユーザの反感を買うことになります。

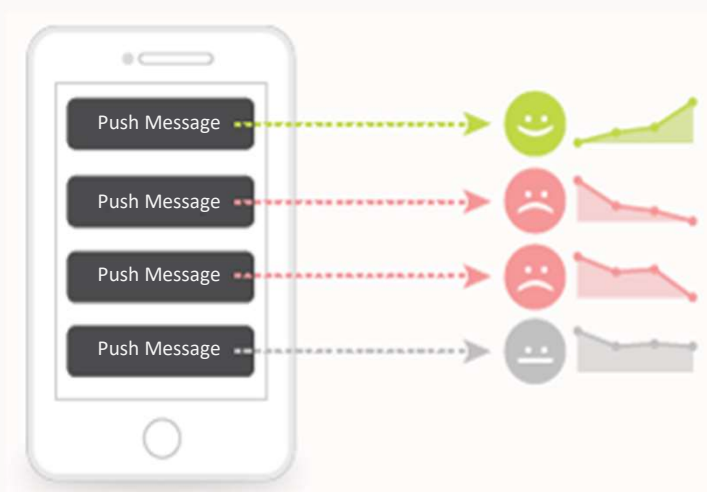
配信するプッシュメッセージごとにユーザの反応を確認しましょう。

Push Message 効果分析

企業はマーケティング又は広報を目的にユーザへのプッシュメッセージを配信します。

しかし、過度なプッシュメッセージは、迷惑メールと同様に認識され、アプリの通知設定がオフにされたり、アプリがアンインストールされてしまう場合も少なくありません。

このような問題を事前に予防し、効率的なメッセージ運用ができるようにするためには、プッシュメッセージの応答率と訪問数、転換効果を定期的に測定することが重要です。



重要ターゲットが分かります。

ユーザ分析

モバイルアプリの最適化はユーザを理解することから始まります。

精度の高いターゲット分析でアプリ運用の方向性に対するヒントを提示します。

ユーザ特性分析

性別、年齢層はもちろん、企業の顧客管理基準に合わせて職業、ユーザレベル、チャンネルなど、企業固有の顧客属性も自由に追加することができます。

会員性別	会員年齢層	会員職種	訪問数
		合計	8,131
女性	50代	メディア	3,937
男性	60代以上	IT	1,940
	40代	営業	1,364
	30代	教育	890

ユーザ行動分析

アプリの利用頻度や使用回数、購入有無、滞留時間など、ユーザ行動の結果値に基づいてロイヤル顧客を把握すれば、顧客関係管理(CRM)にも活用できます。

訪問間隔分布	注文回数分布	訪問数
	合計	1,778
0日前	1回	854
1日前	2~4回	634
8~14日前	5~7回	208
15~30日前	11回以上	37
31~60日前	8~10回	25

重要ターゲットが分かります。

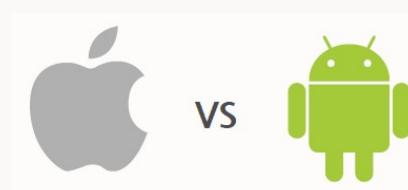
デバイス分析

ユーザのアプリ利用パターンはiOSユーザとアンドロイドユーザで異なります。

OS、デバイスごとの分析データを確認しましょう。

iOS vs Android

アンドロイドユーザとiOSユーザの測定データを比較分析します。



Device Types

画面の解像度を基準として、スマートフォン、ファブレット、タブレットごとにアプリの利用状況を比較分析します。



Device Models

デバイスモデルごとのアプリ利用状況を提供します。



重要ターゲットが分かります。

多次元セグメント

膨大なデータの中からインサイトを導出するためには、多次元セグメント機能が必須です。

多次元セグメント

分析業務において最も重要視されるのはデータのセグメント化作業です。セグメント化されていないデータは、すべて一律基準で分析されてしまうので個々のデータが持っている本当の意味が分からなくなります。

訪問者特性、マーケティング情報、デバイス分類など、数十種類のパターンでデータを細分化し、単なるデータから意味のある情報を生産します。

A screenshot of a web interface for multi-dimensional segmentation. It features three sections: '性別' (Gender) with buttons for '男性' (Male), '女性' (Female), and 'その他' (Other); '年齢層' (Age Group) with buttons for '10代未満' (Under 10s), '10代' (10s), '20代' (20s), '30代' (30s), '40代' (40s), and '50代' (50s); and '会員職種' (Member Occupation) with buttons for 'IT', '教育' (Education), 'メディア' (Media), '営業' (Sales), and 'デザイン' (Design).

Yahoo!	1,779
男性&20代&IT	438
男性&20代&教育	127
Google	1,543
男性&20代&IT	79
男性&30代&教育	142
女性&30代&会社員	597

効果的なマーケティングを行います。

広告効果分析

広告効果の高いチャンネル、費用対効果の優れたイベントが分かります。

4つのキャンペーンレポートで広告運用の方向性を提示します。

広告流入から成果までを徹底的に追跡します。

多い企業が検証されていないモバイル広告に対する疑問や広告運用に対する苦勞を訴えています。

ワイストラッカーは、広告のクリックからインストール、アプリからの注文／売上の測定だけでなく、直接転換と間接転換まで、すべての効果を測定できます。



広告効果を細かく分析します。

広告を掲載したチャンネル(媒体)、
 広告の種類(CPC/CPI/CPA)、
 実行したキャンペーン、広告キーワードなど、
 最大4つの媒介変数で広告の効果が
 分析できます。

チャンネル	広告種類	キャンペーン	キーワード
Yahoo!	CPC	オープンイベント	クーポン
AdWords	CPM	会員登録イベント	ポイント
Facebook	インストール数 ▼	訪問数	注文数
	1,859	21,181	607
	1,779	11,566	520

効果的なマーケティングを行います。

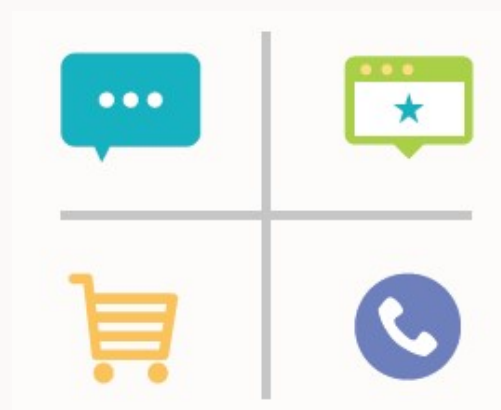
ユーザ定義目標, KPI

KPI、目標 (Goals)の基準は、企業の事業によって様々です。
アプリごとにユーザ定義成果値が最大10個まで設定できます。

Custom Goals

モバイルアプリが多様なシーンで導入されつつ、注文数、シェア数、イベント応募数など、企業が要求する成果指標の種類も増えています。

広告成果によるインストール数に加え最大10個までの主要成果値が提供されます。



KPI REPORT

アプリ運用現況を社内に共有できるように、カスタムKPIレポートを提供します。
KPIレポートは画面からの照会だけでなく、定期的にメールで自動送信することもできます。
(毎日/毎週/毎月)

項目名		
	2015/4/11	2015/4/12
訪問数	384,124	401,123
直帰率	12.5%	21.8%
会員登録数	14,514	9,584
注文数	21,847	46,814

顧客の要望を理解します。

コンテンツ分析

ユーザの関心を引いているのはどのコンテンツなのか？

アプリのアクティブ時間を長くする核心コンテンツを把握しましょう。

人気画面

ユーザが最も閲覧していて、長く滞留する人気画面のランキングレポートを提供します。

人気メニュー/カテゴリ

モバイルデバイスの画面において、最適なカテゴリ構成ができるように人気メニュー/カテゴリ情報を提供します。

人気商品

商品の閲覧数、カートへの登録数、注文数/売上など、商品に対するユーザ関心度を多様な基準で測定します。

主要転換ページ	人気商品/アイテム
Product Details	IF. エコネイルカラー_PRO71号 6ML
LogIn	エコネイルカラー_PRO1号 6ML
View Cart	エコネイルカラー_PRO
Register Step 1	クレンジングフォーム
Ordering Information	グリーンティーシードセロム

人気メニュー/コンテンツ	純ページビュー ▼
ショッピング	29,328
会員情報	9,700
下段カテゴリ	8,613
イベント	7,048
Myページ	6,286

顧客の要望を理解します。

ユーザタッチ分析

画面に配置された色々なコンテンツ。ユーザの指先はどこへ？

直感的なUIでコンテンツのタッチ状況を可視化します。

Mobile Heatmap

モバイルヒートマップは、ユーザのタッチがどこに集中されているかを直感的に把握できるレポートです。

主要機能、主要コンテンツに対して意図通りユーザが行動しているか、予想外の領域にタッチが集中されていないかがわかります。その結果、UI/UX最適化のヒントが得られます。



アプリ改善の手がかりを見つけます。

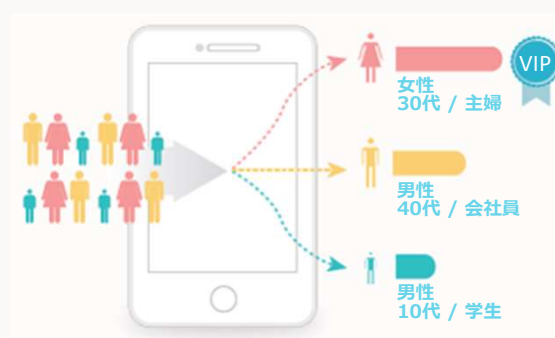
行動パターン分析

ユーザに便利な利用環境を提供していますか？

円滑なアプリ利用に支障はないか、行動パターン分析で確認しましょう。

ターゲット別行動パターン分析

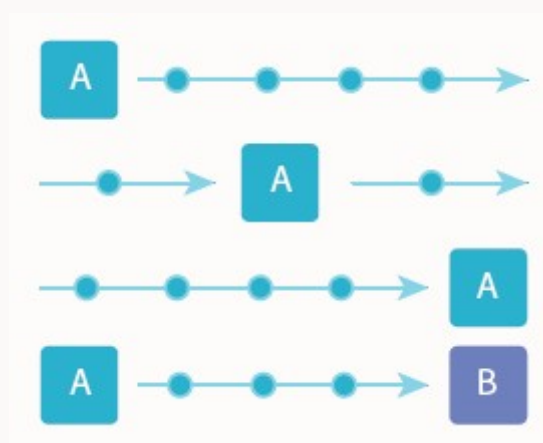
会員特性(性別、年齢層など) ごとにフィルタをかけて、ターゲット別のアプリ利用パターンが把握できます。



4つの行動パターン分析

ユーザのアプリ利用プロセスを多角度から分析し、ナビゲーション改善のヒントを提供します。

- A 画面以後の経路分析
- A 画面前後の経路分析
- A 画面までの経路分析
- A～B画面の間の移動経路分析



アプリ改善の手がかりを見つけます。

シナリオ分析

注文プロセスを妨げる要素が存在すれば、転換率(CVR)の向上は難しいです。

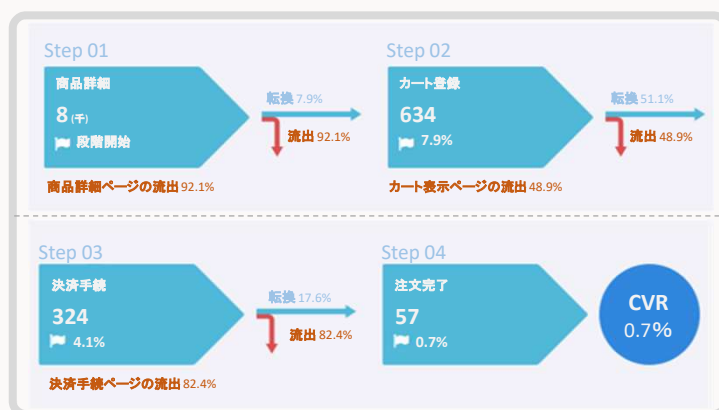
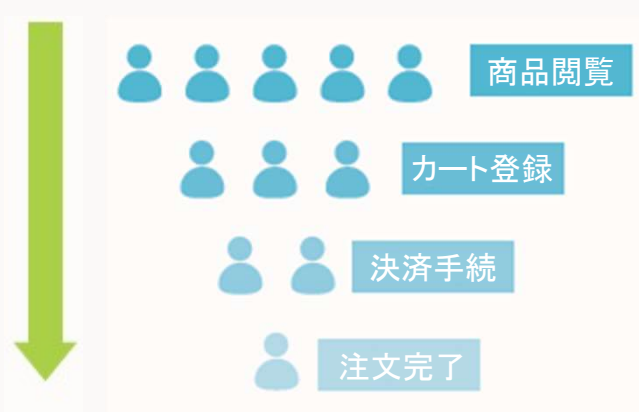
転換ファンネル分析でCVRアップのヒントを探しましょう。

時系列シナリオ分析

ユーザの注文が確定されるためには、
『商品閲覧』⇒『カートへ保存』⇒
『注文情報入力』⇒『決済』のプロセスが
すべて完了しなければなりません。

このようなプロセスの中で一か所でもクリ
ティカルな問題が潜在すれば、注文率の
向上は期待できません。

転換シナリオ分析では最後の転換
(注文確定)まで、各段階別通過率と
離脱率を時系列で分析でき、転換率を
低下させる問題ポイントを見つけ出します。



ONE MORE THING!

ビジネスに合わせた分析

ゲーム、コマース、金融、エンターテイメントなど、事業内容によってアプリの種類も様々です。ワイズトラッカーは貴社のビジネスに最適化された分析環境を提供します。

顧客とのインタビュー

分析ニーズ、必要なデータ、抱えている課題など、顧客とのインタビューで調査を行います。

分析範囲定義

インタビュー内容を基に、分析範囲及び収集データを定義します。

カスタムレポート構成

誰もが分かりやすいレポートにするために、顧客と共にレポート設計とデータ構成を実施します。

データ検証

測定データが問題なく収集されているかValidation Checkを行います。



WISETRACKER

活用事例

ターゲットマーケティングで広告ROIを改善

Discovery

分析結果、**広告ROI低調**の原因が、明確ではないターゲットマーケティングにあることが分かった。広告ターゲットが多く利用するチャンネルの導出が必要となった。

Action

過去に執行したすべてのキャンペーンに対して、**ターゲット別セグメント**を適用し、**20代女性の顧客はA社のショッピングサイト利用率が高い**ことが判明できた。

Result

ROIの低いチャンネルの広告を減らして、A社ショッピングサイトの広告を増やした結果、**広告ROIが38%増加し、売上増大にも繋がった。**



WISETRACKER

活用事例

検索結果画面の改善でアプリの利便性向上

Discovery

行動パターン分析の結果、**検索結果画面での離脱**が多いことが確認できた。

Action

小さい画面が考慮されず、検索キーワードに対する多量の検索結果情報が表示されていた。

その結果、ユーザの可読性及び利用性が低下していると判断、イメージで検索結果のヒントを提供する**テーマ検索機能を導入した**。

Result

検索結果画面のリニューアル前と比べて、**離脱率が47%から13%へ大幅に減少し、アプリの利用時間が増加した**。



WISETRACKER

活用事例

入力画面の簡素化で要約率アップ

Discovery

WEBサイトより低い予約率の原因を調べる目的で予約プロセスのシナリオ分析を実施した結果、**予約情報入力段階で多数の離脱が発生**していることが分かった。

Action

WEBサイトの入力フォームがそのままアプリに適用されていて、ユーザが予約情報を入力すること難しいと判断、**フォームの直性入力を最小化**してタッチ選択方式に変更した。

Result

予約情報入力段階での離脱率が1/2に減少し、**全体予約率が60%増加**した。



今、始めましょう。

モバイルビジネスの賢い選択,
WISETRACKERです。

Contact Info :

日本

- 担当者 : キム ソンウク
- 電話番号 : 81-3-5363-2385
- メール : kim@bizspring.co.jp

韓国

- 担当者 : キム ソンジュン
- 電話番号 : 82-2-6925-6636
- メール : contact@wisetracker.co.kr