

startia

Web担当者様必見！

HPを運用する上で  
かならず準備しておきたい  
必須項目4選



## 本書の内容

### 1. 常時SSL化設定を行う

- ・ SSLとは？
- ・ SSLの設定方法

### 2. 各媒体の情報を統一する

- ・ 情報統一の必要性
- ・ 統一する媒体の参考例

### 3. Google Analyticsを導入 →改善MTGを行う

- ・ Google Analyticsとは？
- ・ Google Analyticsの導入方法
- ・ 改善MTGで参考にすべき数値

### 4. ホワイトペーパーの活用

- ・ ホワイトペーパーとは？
- ・ ホワイトペーパーでできること
- ・ Webサイトの運用について

## Chapter 01.

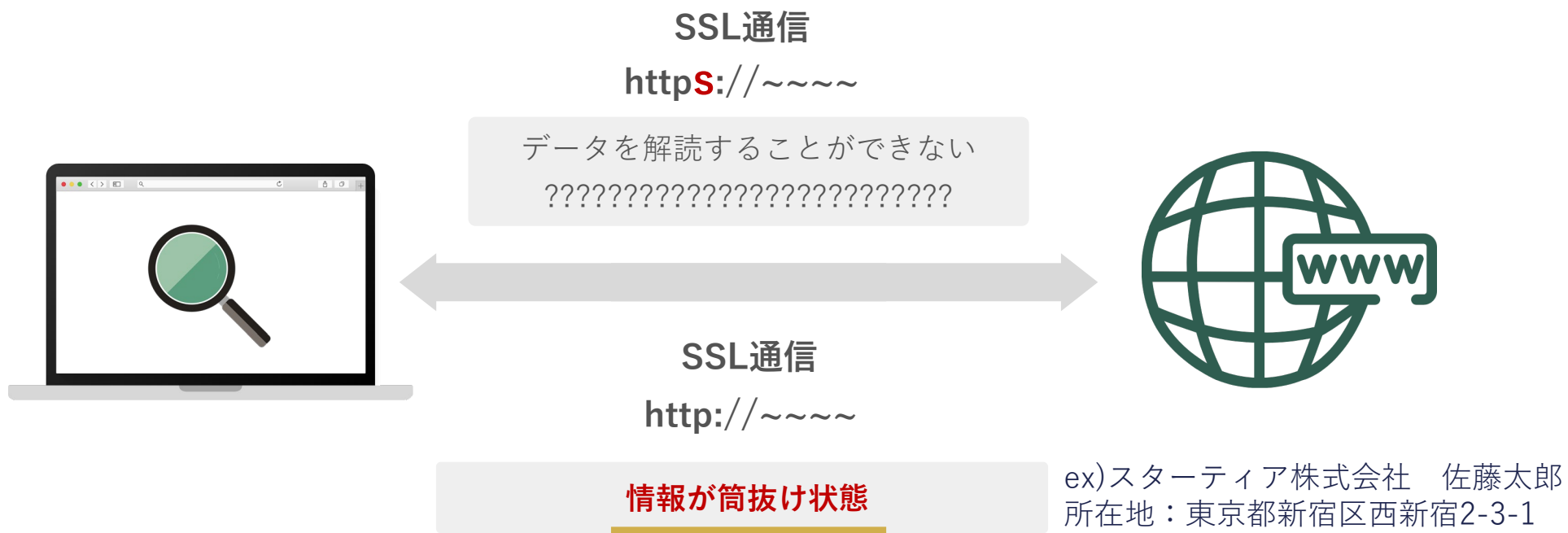
# 常時SSL化設定を行う

会社の信用を表すWebサイト。  
最近特に重視されているのがSSLです。  
どういうものかしっかりと理解しておきましょう。

# SSLとは？

## そもそもSSLって？

SSL (Secure Sockets Layer) とはインターネット上でのデータのやり取りを簡単に見れないように暗号化して送受信する仕組みです



ex) スターティア株式会社 佐藤太郎  
所在地：東京都新宿区西新宿2-3-1

## SSLとは？

SSL化していないHPは大きなリスクが...



- ・ 検索エンジン上位化が難しくなる
- ・ ユーザーが危険なサイトと判断して離れてしまう
- ・ 情報漏洩の危険性



会社の**信用低下**に繋がりがねません

# SSLの設定方法（さくらインターネット編）



ログイン画面はこちら

サーバコントロールパネルにログイン後、メニューよりドメイン/SSL>ドメイン/SSLをクリック

ドメイン名	SSL	ウェブパス	メール利用
初期 有効期限: -	共有SSL 有効期限: -	~/www/	全ユーザ
有効期限: -	有効期限: -	~/www/	全ユーザ <b>設定 SSL</b>
有効期限: -	有効期限: -	~/www/	全ユーザ

該当するドメインのSSLをクリック



「Let's Encrypt(無料SSL)」をクリック

※今回は簡易的な無料SSLの設定方法を記載しております  
※引用元：<https://help.sakura.ad.jp/360000223521/>

# SSLの設定方法（さくらインターネット編）

無料SSL証明書登録

さくらのレンタルサーバでは、無料SSL証明書のLet's Encryptが利用できます。

無料SSL機能の利用には Let's Encryptの利用ポリシーへの同意が必要です。また、Let's Encryptの仕様制限・仕様変更により無料SSLが利用できなくなる場合があります。

確認  Let's Encryptの利用ポリシーに同意する

キャンセル 無料SSLを設定する

ご利用ポリシーに☑を入れて「設定する」をクリックします

① ただいま無料SSL証明書の発行手続き中です。発行完了後にメールでお知らせしますので今しばらくお待ちください。発行には数十分～数時間かかる場合があります。発行が完了しない場合はサポートサイト☑のよくある質問をご確認ください。

「ただいま無料SSL証明書の発行手続き中です。」と表示されます



完了すると登録メールアドレスにメールが届きますのでHPを確認します

※常時SSL化のためにはhttp→httpsのリダイレクト設定やサイトコンテンツのURL変更などが必要です。  
※今回は簡易的な無料SSLの設定方法を記載しております  
※引用元：<https://help.sakura.ad.jp/360000223521/>

## Chapter 02.

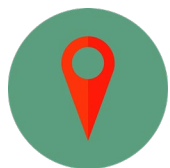
# 各媒体の情報を統一する

様々な媒体に露出する会社情報。  
細かい情報もきちんと一致させることでSEO的にもプラスです。



## 情報統一の必要性

情報の表記を統一することで、  
Google等のブラウザからの信用を上げることができます



具体的には

- ・会社名
- ・住所
- ・電話番号
- ect...

Google Mapでは

西新宿2-3-1 19F

HPの会社概要ページでは

西新宿2丁目3-1 19階

**西新宿2丁目3-1 19階**

検索エンジンではこのような情報掲載のズレに関しては別の情報と認識する為、それぞれの情報を紐付ける事が出来ません。この情報を統一する事で検索エンジン側でも認識でき、検索上位に出しやすくなります。

※各媒体の情報を統一することで確実に検索上位になるわけではございません

各媒体の情報を統一する

## 媒体の参考例



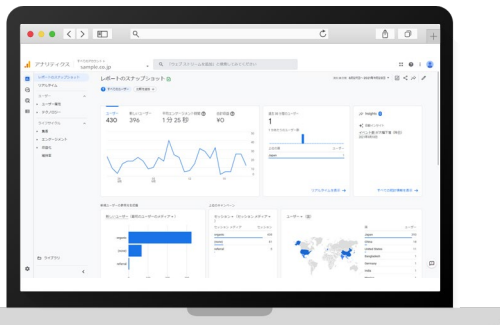
情報を統一することで確実に検索上位になるわけではございません

## Chapter 03.

# Google Analyticsを導入 →改善MTGを行う

Webサイトの運用のスタートは分析です。

## Google Analyticsとは？



Google Analytics（以下、GA）は、  
自社のHPを解析して様々な情報を見ることができる  
Googleが提供する無料ツールです。



PC？スマホ？  
タブレット？

どこからサイトを訪れたのか？

どのページを辿ったのか？

月に何名サイトに訪れているのか？

どのページでお客様がサイトを  
離れているのか？

# GAの設定方法

1. Googleアカウントの作成

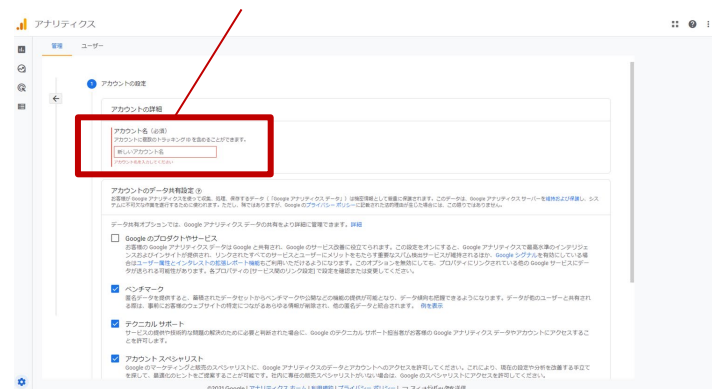
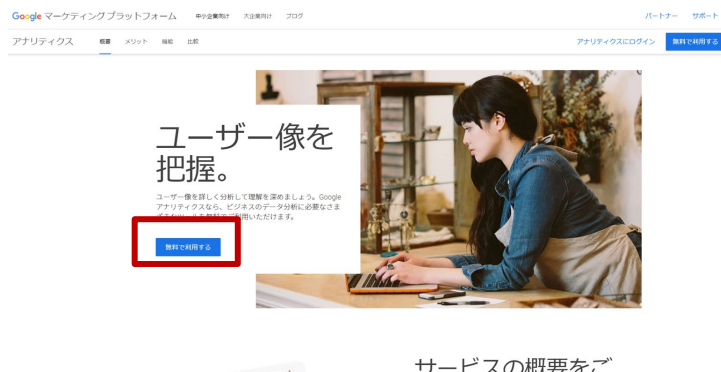


<https://support.google.com/accounts/answer/27441?hl=ja>

2. Analyticsアカウントの作成



<https://support.google.com/analytics/answer/1009694?hl=ja>



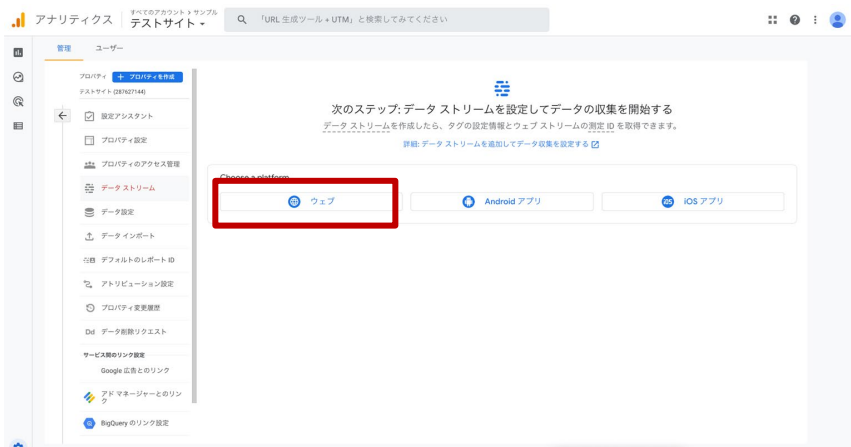
その他の入力項目

プロパティ名	計測するサイトを判別できるように名前を指定しましょう
業種	自分のサイトに近い業種を選びましょう
ビジネスの規模	適切なものを選びましょう
利用目的	近いものを選択

# GAの設定方法

## 3.Webサイトの解析を行う為のコードを取得

左下の「ウェブ」を選択



登録するサイトのドメイン、  
ストリーム名（解析データの名前）を追加



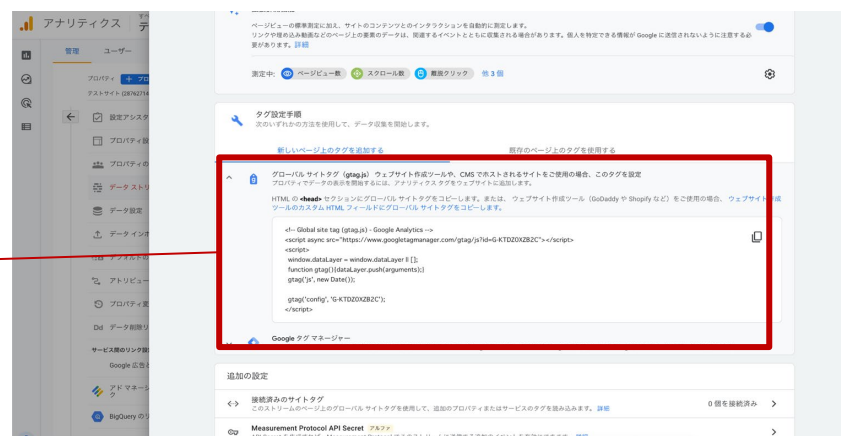
# GAの設定方法

## 4.解析用のコードをWebサイトへ反映させる



グローバルサイトタグ (gtag.js) ~ と書かれたプルダウンを選択

こちらがHPを解析する為のコードとなりますのでWebサイトの<head>~~~~</head>の間に追加すれば完了です



## 改善MTGで参考にすべき数値

GAを利用することで下記のような数値を把握できます。  
各項目を上げるための施策を考え、効果を測定しながら改善のMTGを行います

### 【ユーザー数】

サイトを閲覧しているユーザー様の数です。月別、週別等で計測します。

### 【ページビュー数】

ページを閲覧された数です。

Aさん：3ページ閲覧、Bさん：2ページ閲覧→ ページビュー：5

### 【平均滞在時間】

サイトをどのくらいの時間見て頂いているか把握します。

基本的に他の期間と相対的に比較します

### 【直帰率】

サイトを表示させたものの何も操作をせずに閉じてしまう割合です。

用途によって差はありますが、30~40%以下を目指しましょう。

### 【エンゲージメント】

様々なイベント※を計測してサイトの利用密度を計測します。

イベントは任意で指定することも可能です。

※イベント：ページの読み込み以外のユーザーが行う動作



## Chapter 04.

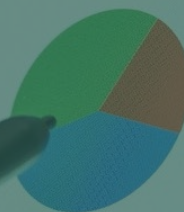
# ホワイトペーパーの活用

7,649 Visits

25,423 Pageviews

3.32 Pages/Visit

### Traffic Sources Overview



Direct Traffic	3,097.00 (40.49%)
Search Engines	2,910.00 (38.04%)
Referring Sites	1,642.00 (21.47%)

### Visitors Overview



## ホワイトペーパーとは？

自社の専門テーマに関して調査や役立ち情報、培ってきたノウハウなど、読者にとって有益な情報を提供する **Web上の資料（白書）** のことです。

### 営業資料

- ・ サービス概要
- ・ 製品特徴
- ・ 他社比較
- ・ 料金
- etc...

### ホワイトペーパー

- ・ 世の中の市場動向
- ・ 自業界のニーズ調査  
（アンケートなど）
- ・ 業界製品比較
- ・ 基礎知識把握  
（いまさら聞けない~~）

既に貴社の製品等に興味がある方は営業資料を取り寄せます。  
それに対してホワイトペーパーはまだ検討段階に無い潜在的なお客様に対して課題解決を行い、ニーズを作り出す事が可能です。

## ホワイトペーパーでできること

### ✓ リード（お客様の情報）の獲得

Webサイトからのお問い合わせだけでは無く

「貴社について多少でも知っているお客様」を見込み顧客と呼びます。

その見込み顧客の情報を資料ダウンロードの代わりに頂き、検討促進に繋がります。

### ✓ リードナーチャリング（顧客の検討促進）

獲得したリードはまだ検討度合いが低い、業界知識が無い等の場合が多々あります。

その顧客に対してメール等のマーケティング施策を

リードナーチャリング（顧客を育てる）と呼びます。

### ✓ 満足度向上、企業のブランディング

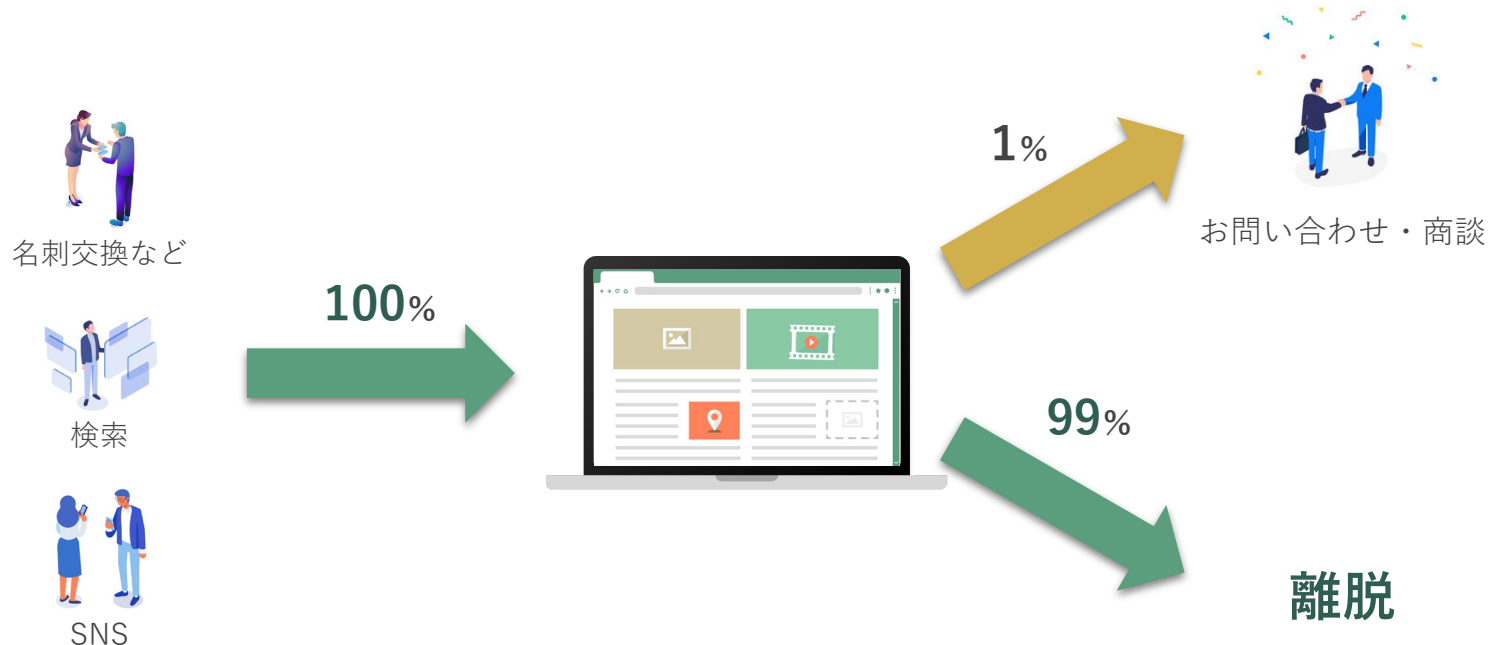
リードナーチャリングする事で必要な知識が付いて来たお客様は

「この会社に依頼すれば安心だ！」と情報を提供している会社様の事を

信頼して頂くようになります。

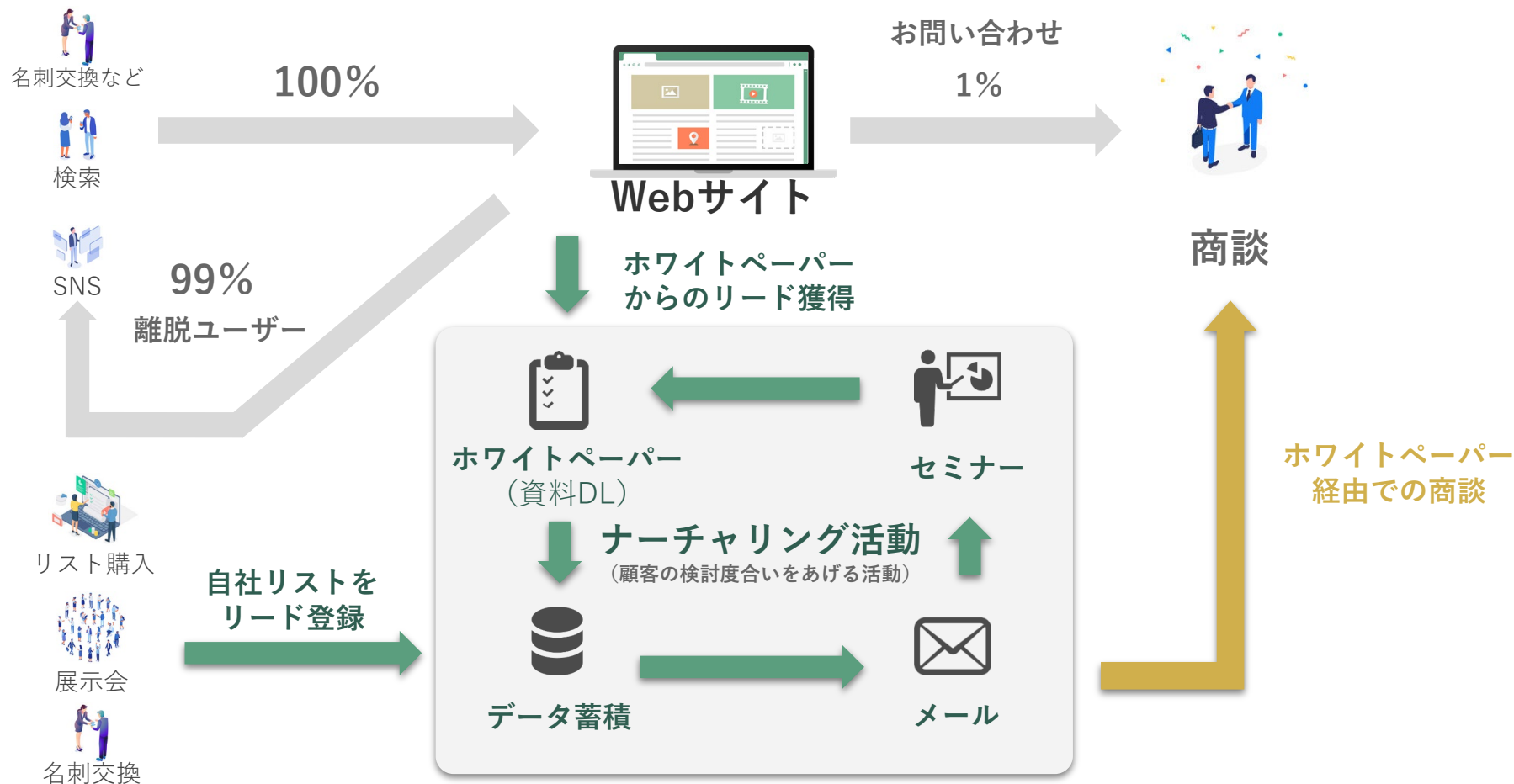
この流れを構築する事でマーケティングの仕組みを確立する事が可能です。

## Webサイトでの活用について



どんなに良いサイトでも初めてサイトを見た方がお問い合わせを行うわけではありません。  
また、お問い合わせに繋がったとしても1%程度が一般的です。  
Webサイトを離脱してしまった”残りの99%”のお客様に対してリード獲得を促す事で  
サイトからの効果を最大化させることが可能です。

# Webサイトでの活用について



## お問い合わせはこちら

Webサイトに関するご相談・ご質問がある方はWebサイトよりお気軽にご相談ください。



無料相談実施中！  
ぜひお試しください

ウェブサイトを詳しく見る

**startia**