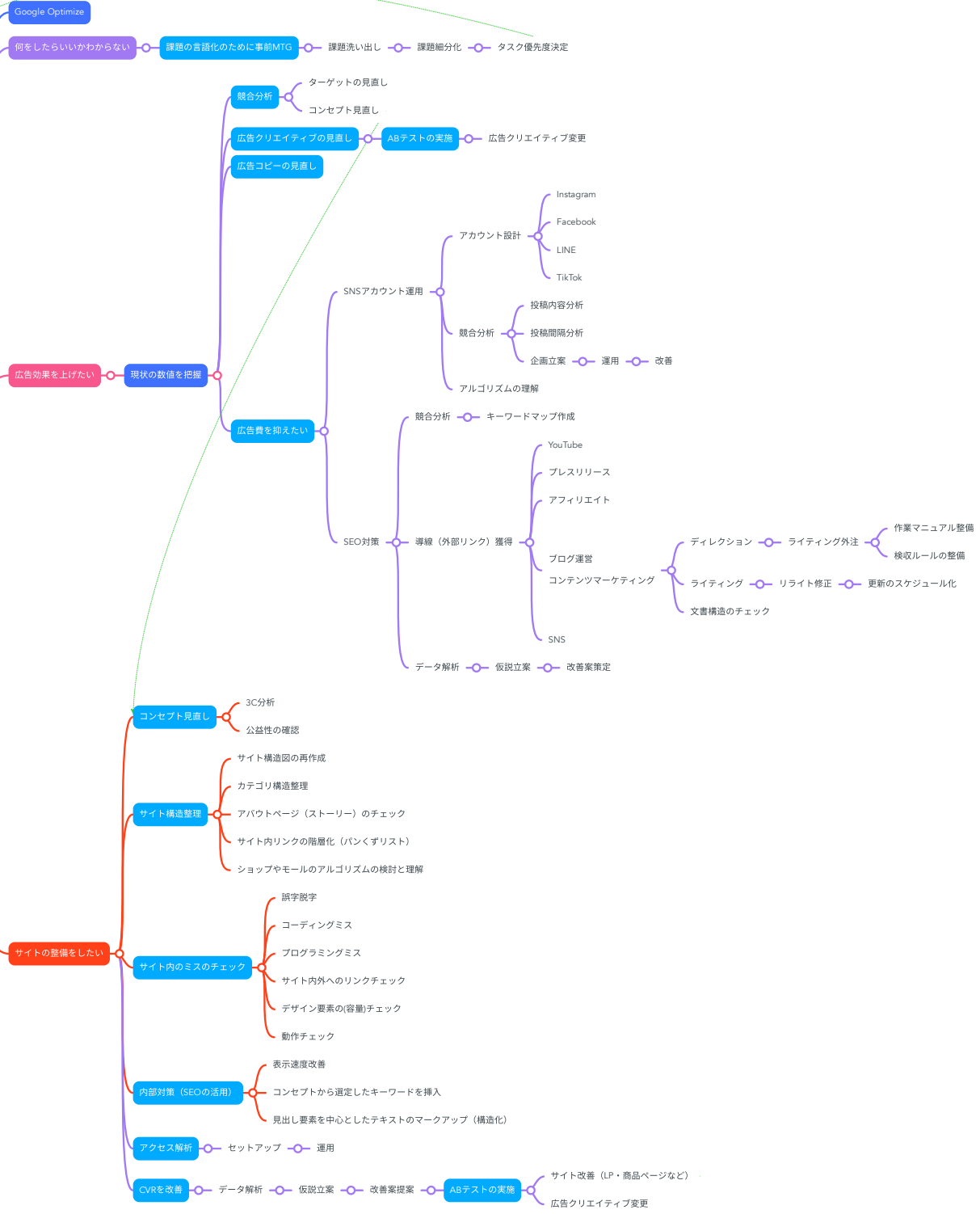


売上改善の方法



売上改善の方法

1. Google Optimize

2. 何をしたらいいかわからない

2.1. 課題の言語化のために事前MTG

2.1.1. 課題洗い出し

2.1.1.1. 課題細分化

2.1.1.1.1. タスク優先度決定

3. サイトの整備をしたい

3.1. コンセプト見直し

3.1.1. 3C分析

3.1.2. 公益性の確認

3.2. サイト構造整理

3.2.1. サイト構造図の再作成

3.2.2. カテゴリ構造整理

3.2.3. アバウトページ（ストーリー）のチェック

3.2.4. サイト内リンクの階層化（パンくずリスト）

3.2.5. ショップやモールのアルゴリズムの検討と理解

3.3. サイト内のミスのチェック

3.3.1. 誤字脱字

3.3.2. コーディングミス

3.3.3. プログラミングミス

3.3.4. サイト内外へのリンクチェック

3.3.5. デザイン要素の(容量)チェック

3.3.6. 動作チェック

3.4. 内部対策（SEOの活用）

3.4.1. 表示速度改善

3.4.2. コンセプトから選定したキーワードを挿入

3.4.3. 見出し要素を中心としたテキストのマークアップ（構造化）

3.5. アクセス解析

3.5.1. セットアップ

3.5.1.1. 運用

3.6. CVRを改善

3.6.1. データ解析

3.6.1.1. 仮説立案

3.6.1.1.1. 改善案提案

3.6.1.1.1.1. ABテストの実施

3.6.1.1.1.1.1. サイト改善（LP・商品ページなど）

3.6.1.1.1.1.2. 広告クリエイティブ変更

4. 広告効果を上げたい

4.1. 現状の数値を把握

4.1.1. 競合分析

4.1.1.1. ターゲットの見直し

4.1.1.2. コンセプト見直し

4.1.2. 広告クリエイティブの見直し

4.1.2.1. ABテストの実施

4.1.2.1.1. 広告クリエイティブ変更

4.1.3. 広告コピーの見直し

4.1.4. 広告費を抑えたい

4.1.4.1. SNSアカウント運用

4.1.4.1.1. アカウント設計

4.1.4.1.1.1. Instagram

4.1.4.1.1.2. Facebook

4.1.4.1.1.3. LINE

4.1.4.1.1.4. TikTok

4.1.4.1.2. 競合分析

4.1.4.1.2.1. 投稿内容分析

4.1.4.1.2.2. 投稿間隔分析

4.1.4.1.2.3. 企画立案

4.1.4.1.2.3.1. 運用

4.1.4.1.2.3.1.1. 改善

4.1.4.1.3. アルゴリズムの理解

4.1.4.2. SEO対策

4.1.4.2.1. 競合分析

4.1.4.2.1.1. キーワードマップ作成

4.1.4.2.2. 導線（外部リンク）獲得

4.1.4.2.2.1. YouTube

4.1.4.2.2.2. プレスリリース

4.1.4.2.2.3. アフィリエイト

4.1.4.2.2.4. ブログ運営 コンテンツマーケティング

4.1.4.2.2.4.1. ディレクション

4.1.4.2.2.4.1.1. ライティング外注

4.1.4.2.2.4.1.1.1. 作業マニュアル整備

4.1.4.2.2.4.1.1.2. 検収ルールの整備

4.1.4.2.2.4.2. ライティング

4.1.4.2.2.4.2.1. リライト修正

4.1.4.2.2.4.2.1.1. 更新のスケジュール化

4.1.4.2.2.4.3. 文書構造のチェック

4.1.4.2.2.5. SNS

4.1.4.2.3. データ解析

4.1.4.2.3.1. 仮説立案

4.1.4.2.3.1.1. 改善案策定