

AI analyst SEO

サービスご紹介資料

# 会社紹介

## 会社概要



会社名	株式会社WACUL（ワカル）
所在地	東京都千代田区神田小川町3-26-8 2F
設立日	2010年9月27日
資本金	538百万円(2024年2月末時点)
社員数	93人(2024年2月末時点)
ミッション	知を創集し、道具にする
ビジョン	テクノロジーで、ビジネスの相棒を一人一人に
会社URL	<a href="https://wacul.co.jp/">https://wacul.co.jp/</a>
株式公開市場	東京証券取引所グロース市場（証券コード：4173）

## 経営陣

### 代表取締役社長 大淵 亮平



京都大学卒業後、ポストン・コンサルティング・グループ入社。経営・マーケティングプロジェクトを多数経験。共同創業者としてWACULを設立。取締役COOを経て、2017年12月に代表取締役就任

### 代表取締役 垣内 勇威



東京大学卒業後、ビービット入社。コンサルタントとして多数のWebプロジェクトに参画。その後、WACULに入社、その後取締役。2019年2月、WACULテクノロジー&マーケティングラボを設立し、所長に就任。イノベーションを推進

### 取締役 竹本 祐也



京都大学卒業後、ゴールドマン・サックス証券入社。投資調査部にてシニアアナリストに。その後、A.T. カーニーに入社、通信・メディア・テクノロジー担当マネージャー。2018年7月WACUL入社、取締役就任。コーポレートを掌管

### 取締役 松尾 龍



横浜国立大学卒業後、楽天へ入社、営業・ECコンサルタントのマネージャーを歴任。2015年にデジタル分野のコンサルティングに特化したオンサイト株式会社に入社し、マーケティング全般の支援を実施。2018年WACULに参画。マーケティング部部长、AIアナリストAD事業の立ち上げ、ビジネス本部担当執行役員などを経て、2023年に取締役就任

2010年9月 .....

会社設立、Webコンサルティングを提供

2011年4月～2015年11月 .....

### 成果コミット型Webコンサルティングを提供

Web業界では他に類を見ない、成果にコミットするコンサルティングを提供する 同時に、現在のAIアナリストの前身となる社内ツールを開発

- ブックオフオンライン CV率120%以上
- ホワイトエッセンス CV率200%以上

2015年5月～現在 .....

### デジタルマーケのPDCA自動化ツール 「AIアナリスト」の提供開始

デジタルマーケティングのビッグデータをAIが網羅的に分析。現状分析だけでなく、改善提案や実行した施策の評価まで、PDCAのすべてをサポートする「AIアナリスト」の提供を開始  
米国スティービー賞ゴールド、グッドデザイン賞2017受賞

2018年4月～現在 .....

データ分析で売上増に効くSEOコンテンツ制作を行う

### 「AIアナリストSEO」を提供開始

データ分析にもとづいて、CV獲得につながる検索キーワードを選定。検索キーワードで上位を獲得するための、SEO対策された記事コンテンツの提供ソリューション「AIアナリストSEO」の提供を開始

2018年6月～現在 .....

AIアナリスト3.9万超サイトの知見に基づく

### 「マーケティングDXコンサル」を提供開始

セールス&マーケティングのDX（デジタルトランスフォーメーション）戦略の立案、ロードマップ策定、組織設計、KPI設定など、顧客行動のデータ分析や定性調査も行った上で、類似業態のベストプラクティスを活用し、提案。戦略実行の伴走も

2019年1月～現在 .....

Web広告運用×サイト改善でCV最大化を実現

### 「AIアナリストAD」を提供開始

デジタルマーケティングのノウハウ豊富なWeb広告運用担当者として、CVR改善のノウハウを持つ「AIアナリスト」コンサルタントがチーム体制でサービス提供を行い成果創出を目指す

2021年2月 .....

東証マザーズ（現 東証グロース）に上場

2022年2月～現在 .....

デジタルマーケの勝ちパターンをもとに最適な人材を紹介

### 「Marketer Agent」を提供開始

これまでの知見による的確な課題抽出をベースに、その解決に向けた最適なフリーランス marketer を紹介するサービスの提供を開始

「知見」と「データ」を強みに戦略から実行まで一気通貫で支援。全体最適で無駄のない事業推進を支援します



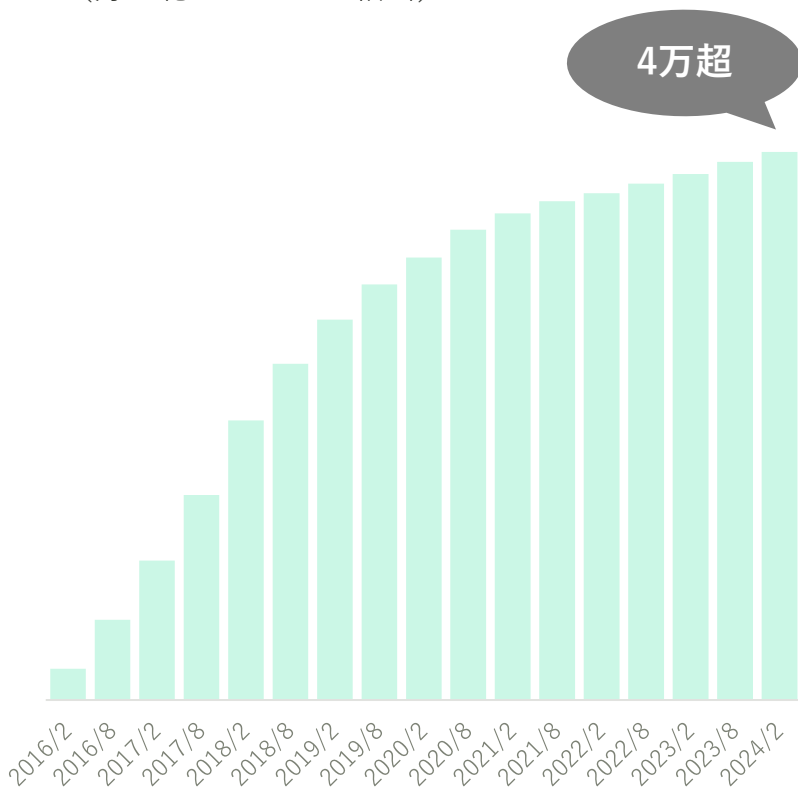
各サービス一覧

コンサルティング支援		運用代行支援		内製化支援	
DX コンサル	<b>戦略支援</b> ・マーケティングDX戦略策定 ・デジタルを活用したLTV最大化 ・DX統括部署支援 ・顧客理解支援	AD	<b>WEB広告</b> ・リスティング広告 ・ディスプレイ広告 ・SNS広告	マーケター紹介	<b>マーケターエージェント</b> ・プロ人材(副業)マッチング ・プロ人材(フリーランス)マッチング ・転職支援
	A アナリスト		<b>戦術、伴走支援</b> ・アクセス解析 ・UI改善コンサルティング ・広告セカンドオピニオン ・メールマーケティング分析		<b>コンテンツ制作</b> ・SEO記事制作 ・事例記事制作 ・ホワイトペーパー制作
		<b>制作</b> ・オウンドメディア構築 ・サービスサイト制作 ・LP/バナー制作			

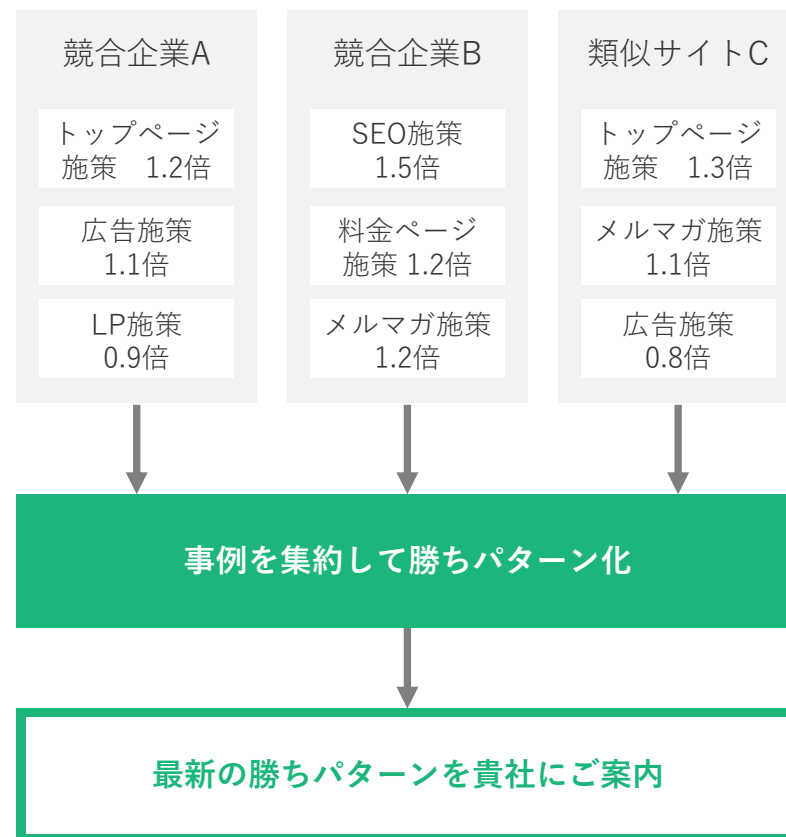
当社の強みである「圧倒的なデータ量」を基に、類似企業の事例から結晶化された”勝ちパターン”をご提案いたします

### 保有データ数

AIアナリストに連携された4万超のサイトデータ  
(月50億セッション相当)



### 勝ちパターンのご提案



更なる知見獲得のため、アカデミック分野とマーケティング分野の専門家を研究顧問・パートナーに迎え、膨大なデータを解析を用いた勝ちパターン強化も行っています



株式会社WACUL 代表取締役  
垣内 勇威



明治大学大学院 先端数理科学研究  
科総合数理学部教授 櫻井 義尚



東京大学大学院経済学研究科・経  
済学部教授 阿部 誠



京都大学 名誉教授 若林 靖永



オルビス株式会社  
Chief Digital Officer 石川 森生



元 本田技研工業Webマスター  
渡辺 春樹

なぜマーケターは「成果の出ない施策」を繰り返すのか？

## デジタルマーケティングの定石

Theory-Driven Digital Marketing  
For Marketers

株式会社WACUL 代表取締役  
垣内 勇威

- デジタルに「できること」「できないこと」を理解する
- 最新技術・バズワードは「魔法の杖」ではない
- ビジネスを牽引する「デジタル人材」はどこにいるのか？
- ABテスト・SEOでの「第一歩・アトリビューションはムダ
- 5条の行動指針は「データ分析」に勝る
- 「集客・最適化」「ゴール実行」できる仕組みをつくる

Twitterで話題の  
コンサルタントが一刀両断！

3万サイト分析×ユーザ行動観察  
のファクトから導き出した  
デジタル活用の「正解・不正解」

### ◆デジタルマーケティングの定石

amazon 新着ランキング  
マーケティング・セールス部門

※2020/7/23時点

### ◆BtoBマーケティングの定石

amazon 売れ筋ランキング  
マーケティング・セールス部門

※2022/11/24時点

### ◆LTVの罠

amazon 売れ筋ランキング  
ビジネス企画/経営戦略/セールス・営業

※2023/6/30時点

なぜ営業とマーケは衝突するのか？

## BtoBマーケティングの定石

Theory-Driven B2B Marketing  
For Marketers

株式会社WACUL 代表取締役  
垣内 勇威

- マーケターの仕事は「高い社内需要」から始まる
- 「人材選び」「組織の作り方」で失敗が確定してしまう
- 「リードの質」「営業の質」悪いのはどっち？
- インサイドセールスは「電話部隊」ではなく「商売油
- 「業績の高いコンテンツ」を作る3つの秘訣
- TVCM・タクシー広告と同等以上の効果を生む方法

「デジタルマーケティングの定石」  
読者が再び一刀両断！

「顧客視点で価値を提供する」  
関係者・組織の壁を越えて  
理想を実現するロードマップ

ライフタイムバリュー

# LTVの罠

Life Time Value

株式会社WACUL 代表取締役  
垣内 勇威

「ゴールド会員」なんて  
顧客はうれしくない

3万7000サイトのデータ分析と  
4000人を超える担当者への  
インタビューで明らかになった、  
顧客を逃す「4つのボトルネック」  
を取り除け！

1位

1位

1位

# AIアナリストSEO サービス紹介

# サービス概要

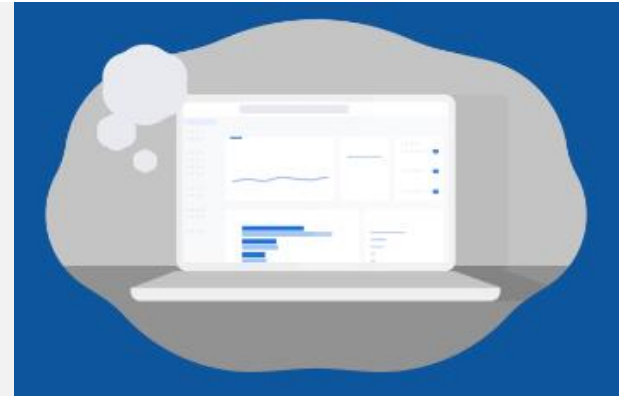
計画性のないSEO対策で流入数が増加しないケースや、流入数は増えたがCVが獲得できないケースがある

コンテンツはあるが検索順位が上がらない



- どのようなキーワードを狙うか計画を立てずにSEO対策をスタートしてしまっている
- 結果としてSEOコンテンツを作成したが、PV数や流入数が伸びない
- そもそもSEO対策における目標値がなく、数値の評価方法が不明瞭

流入数は増えたがCVが増えない



- SEO対策で順位改善・流入数の増加が見られたが、自然検索流入のCV数が増加していない
- 結果としてSEO対策に投じたコストが事業成果に結びつかず、費用対効果が悪い
- SEO対策は途中で取りやめ、広告等にマーケティング予算を振り返る結果となっている

自然検索流入のCV数最大化に向け「SEO対策による自然検索流入増」 × 「サイト導線改善によるCVR底上げ」の両面からアプローチ

### SEO対策による自然検索流入増



SEO施策を上流の戦略設計から網羅的に実施し、自然検索流入数を最大化

- 戦略設計
- 内部対策（テクニカルSEO）
- コンテンツ制作
- 外部対策

### サイト導線改善によるCVR底上げ

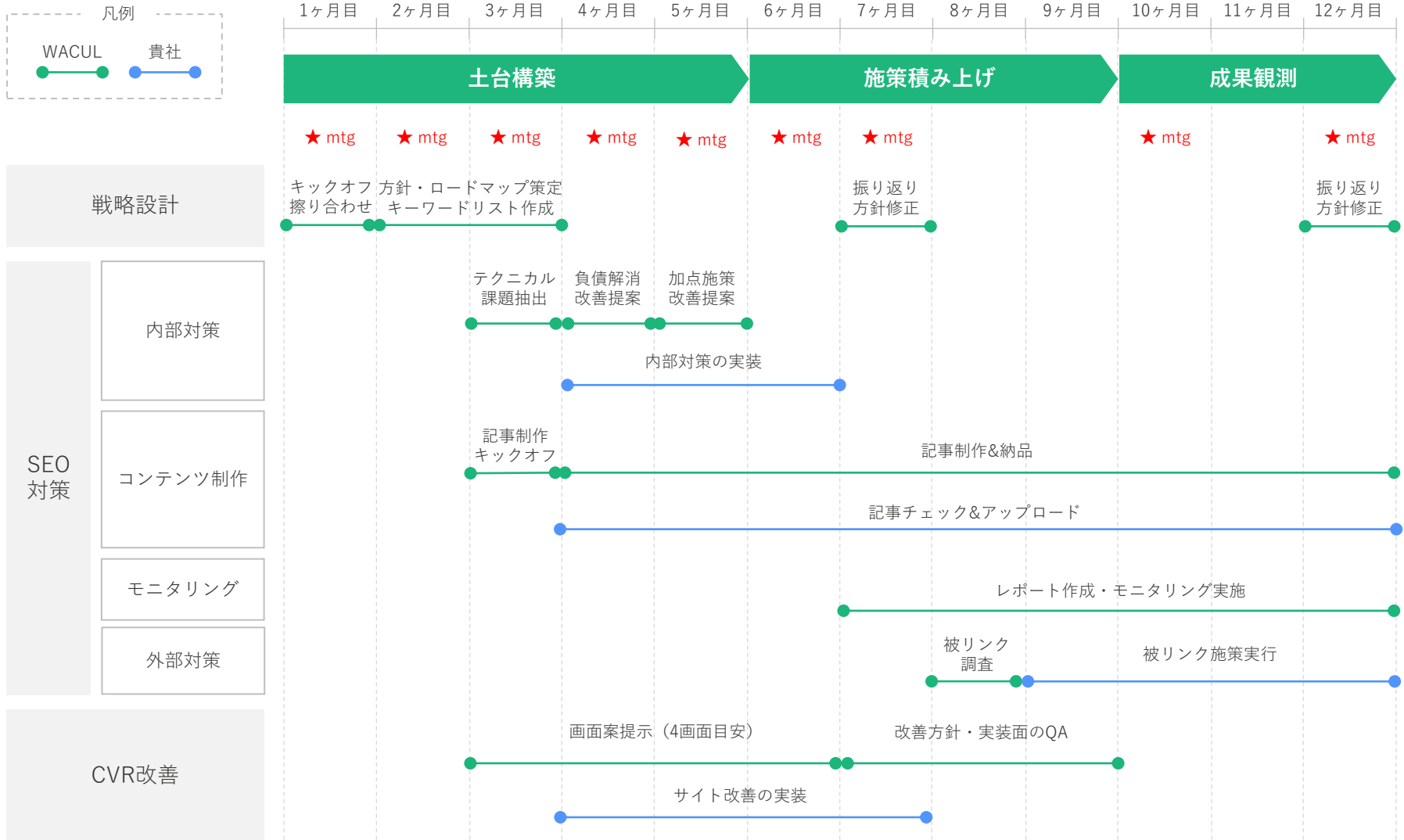


サイト導線改善を実施し、SEO対策で流入が増加したユーザーのCVRを底上げ

- SEOコンテンツからのCV誘導強化
- SEOコンテンツの誘導先となる遷移ページの導線改善



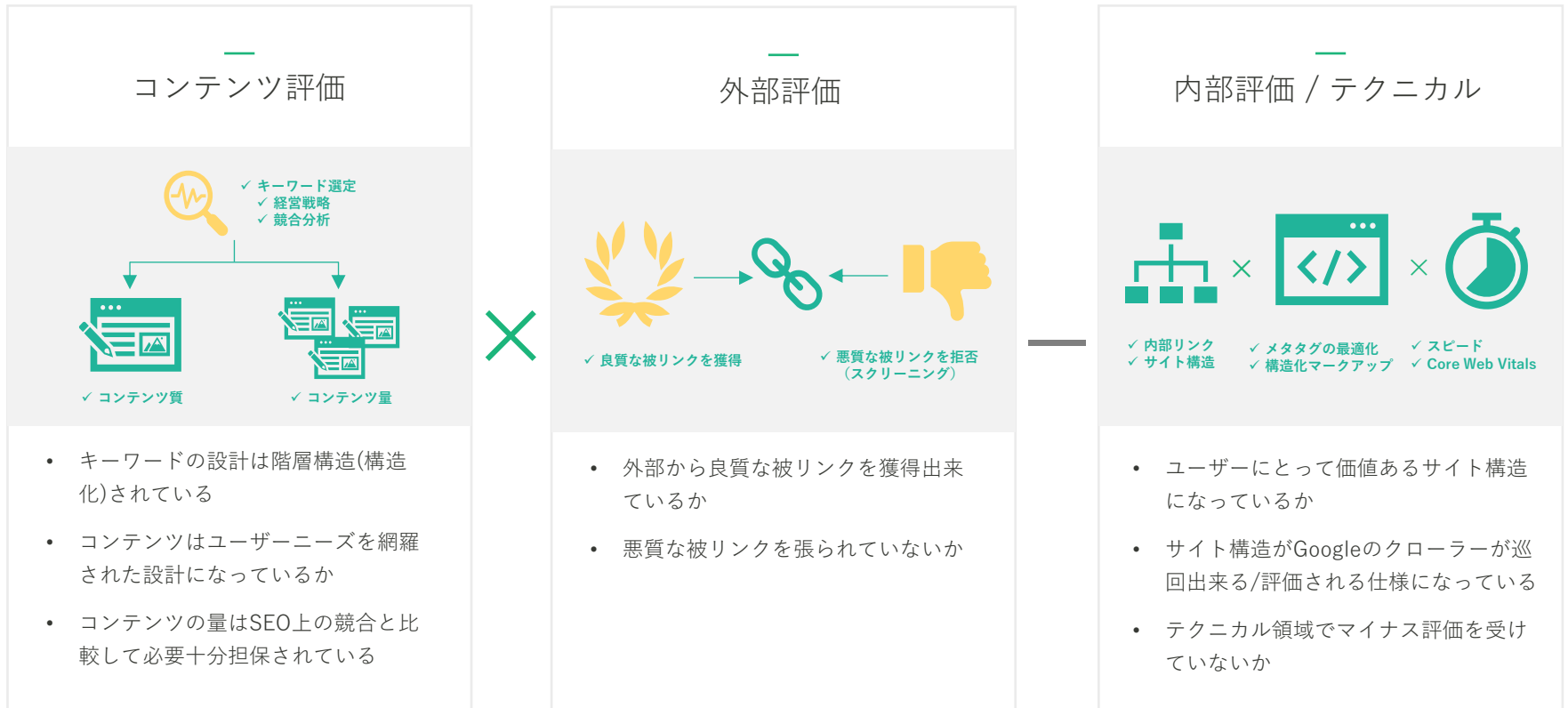
支援期間内での成果を最大化するために、ご予算・フェーズに応じて月々の提供内容を最適化。SEO対策は中期施策となるため、1年以上の施策継続を推奨



# SEO対策による自然検索流入増

# SEO対策の考え方

SEO評価は「コンテンツ評価 × 外部評価 - 内部評価 + EEAT」をGoogleが総合的に判断し、その合計点が高いページが上位に表示されるアルゴリズム



EEAT



- ✓ 経験 (Experience)
- ✓ 一次情報
- ✓ オリジナル性



- ✓ 専門性 (Expertise)
- ✓ テーマに特化
- ✓ 制作者の専門性

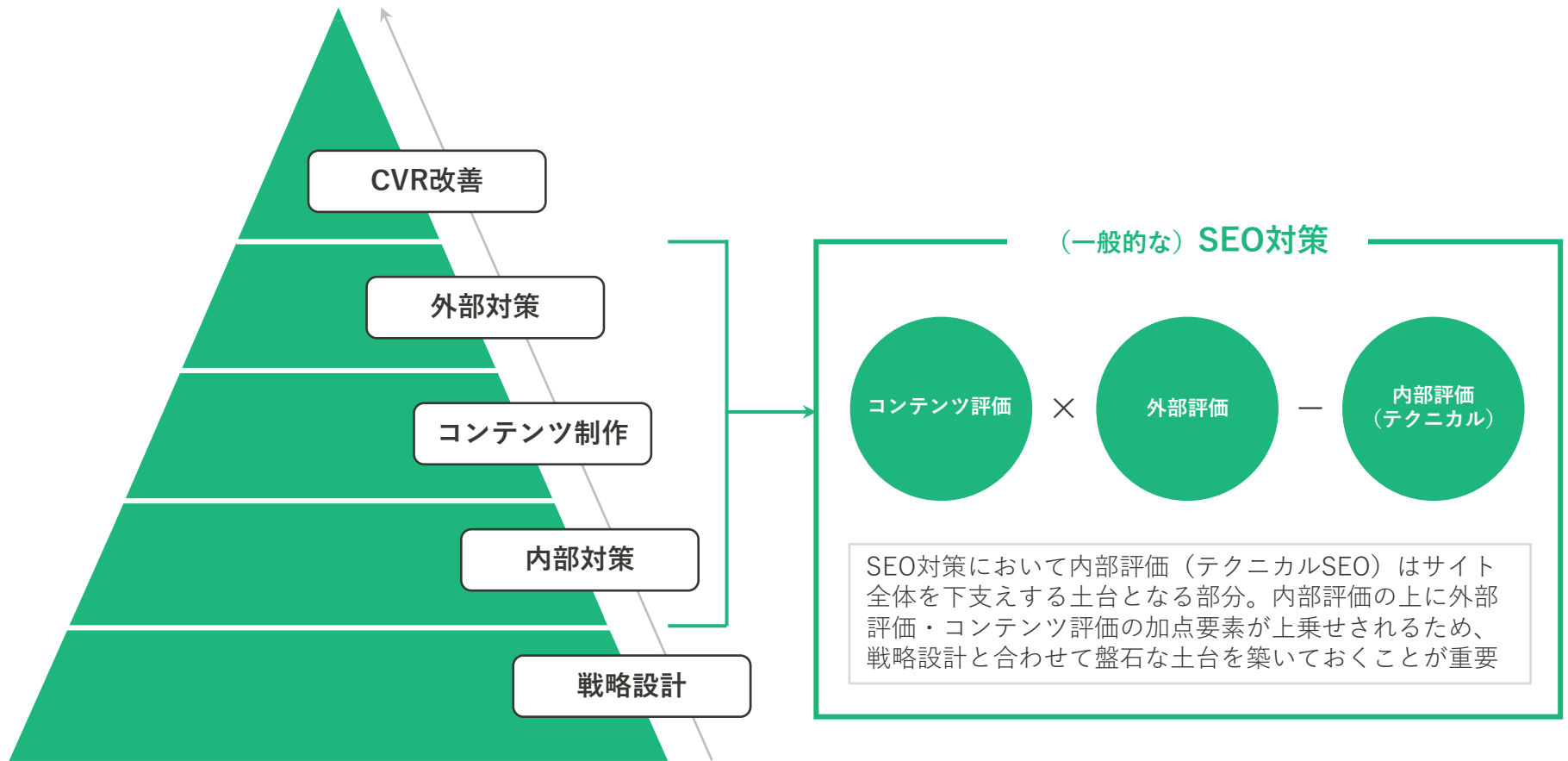


- ✓ 権威性 (Authoritativeness)
- ✓ サイト運営の期間
- ✓ 実績



- ✓ 信頼性 (Trustworthiness)
- ✓ 情報の開示
- ✓ 引用元の掲載

土台となる戦略設計・内部対策を実施後に、加点要素となるコンテンツ対策/外部対策を行うのが成果観点で効率が良い。加えてCVR改善の相乗効果で自然検索流入のCV数を最大化



サイトタイプによって肝となるSEO対策が異なる。記事制作サービスは「サービスサイト・記事メディア」のサイトタイプを想定（DB型サイトは別サービスとなります）

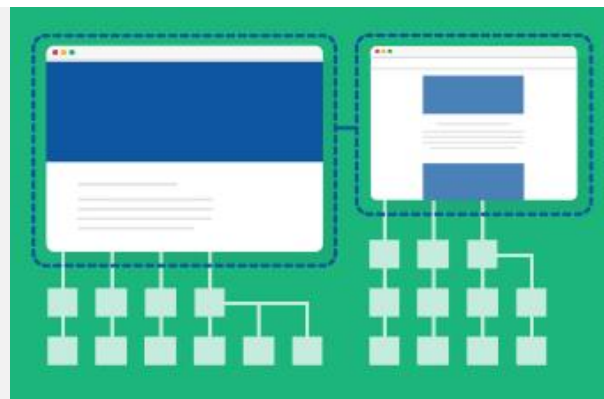
### サービスサイト・記事メディア等



- ディレクトリ階層が浅く、サイト構造がシンプル
- ページ数が少なく、記事メディアでも最大100~1,000P程度（※大規模ニュースサイト等は除く）

- ✓ ページ単位でのSEO対策が肝
- ✓ 基礎的な内部対策（テクニカルSEO）やコンテンツ対策が施策の中心

### DB（データベース）型サイト

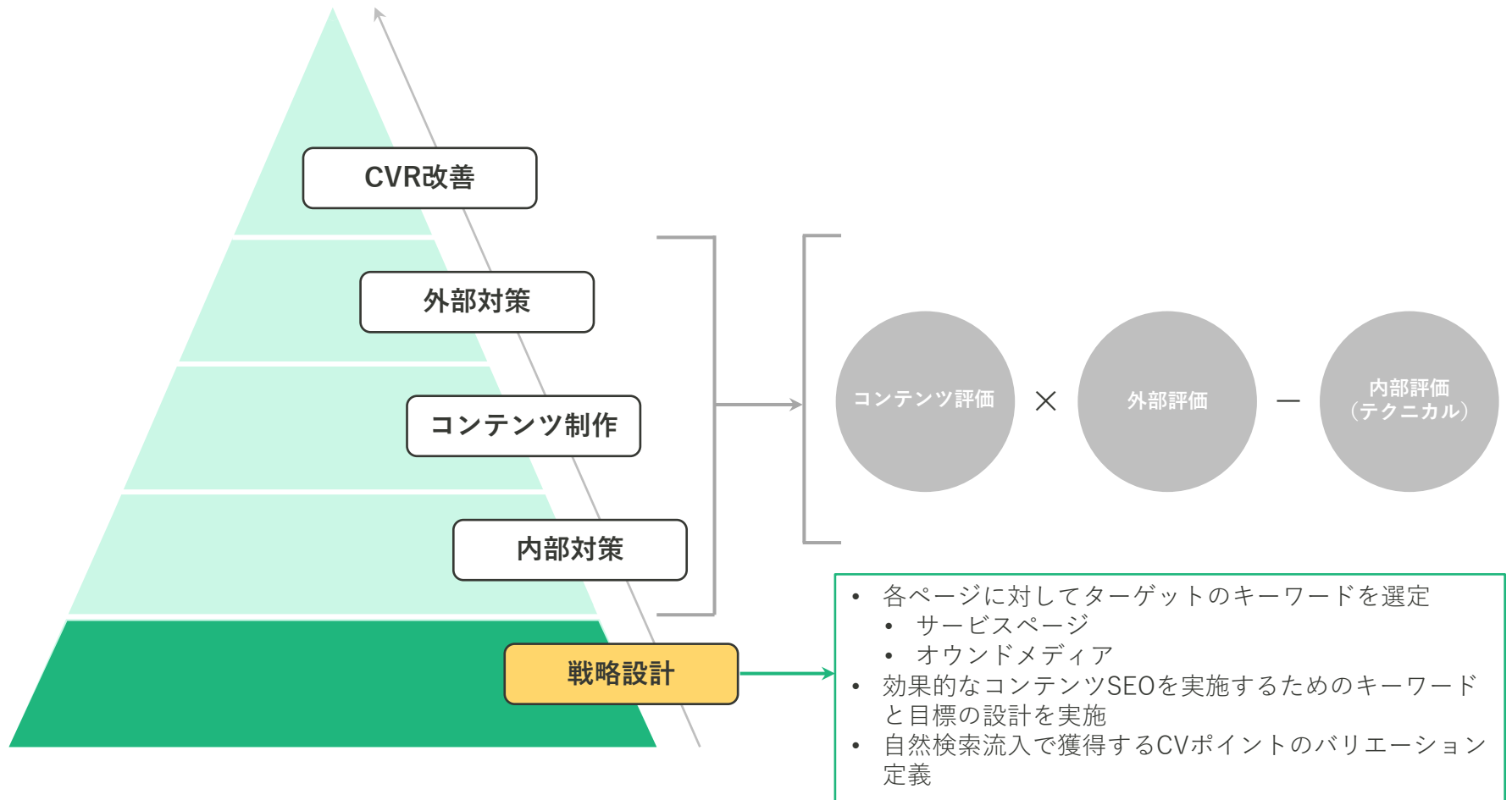


- 大量のデータからページが自動生成されるサイト（ECサイト・ポータルサイト等）
- ページ数が多く、数千万~数億Pに上る

- ✓ サイト全体・ページテンプレート単位でのSEO対策が肝
- ✓ 高度な内部対策（テクニカルSEO）が施策の中心

# 戦略設計

SEOは中期施策となるため戦略設計が重要。戦略設計で定義した方針を元に後続のSEO対策およびCVR改善を実施



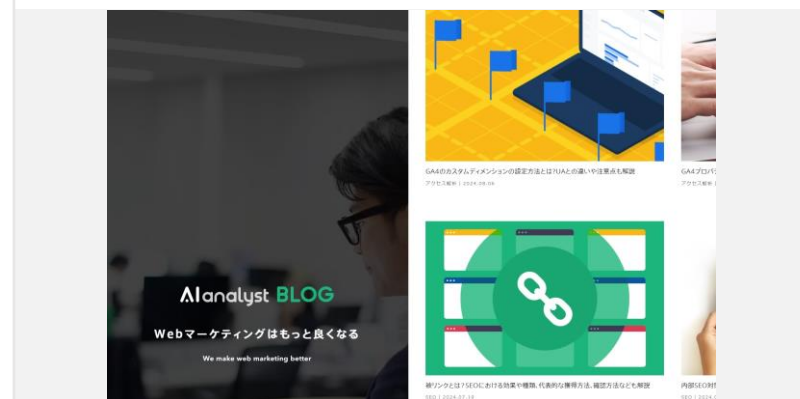
SEO戦略 = どのようなキーワードで自社サイトを上位表示させたいかを定めること

## サービスページ領域



- サービスページ領域とは、企業が提供している商品やサービスについての情報を発信するためのページ
- サービスページ領域でどのようなキーワードで上位表示させたいかを決定
- 上位表示させるために必要なコンテンツがページに存在するかを分析し、ページ改修、新規制作を提案
- サービス内容の紹介ページや料金ページといったサービス紹介に紐づくページが対象

## ブログ領域



- ブログ領域は、見込み顧客が欲しい情報・困りごとを解決できるコンテンツを配信することで、自社サイトへ見込み顧客を集客するためのページ
- 見込み顧客が欲しい情報・困りごとをキーワード単位で整理してリスト化
- リストの中からコンテンツを作成するキーワードを選定してコンテンツを作成

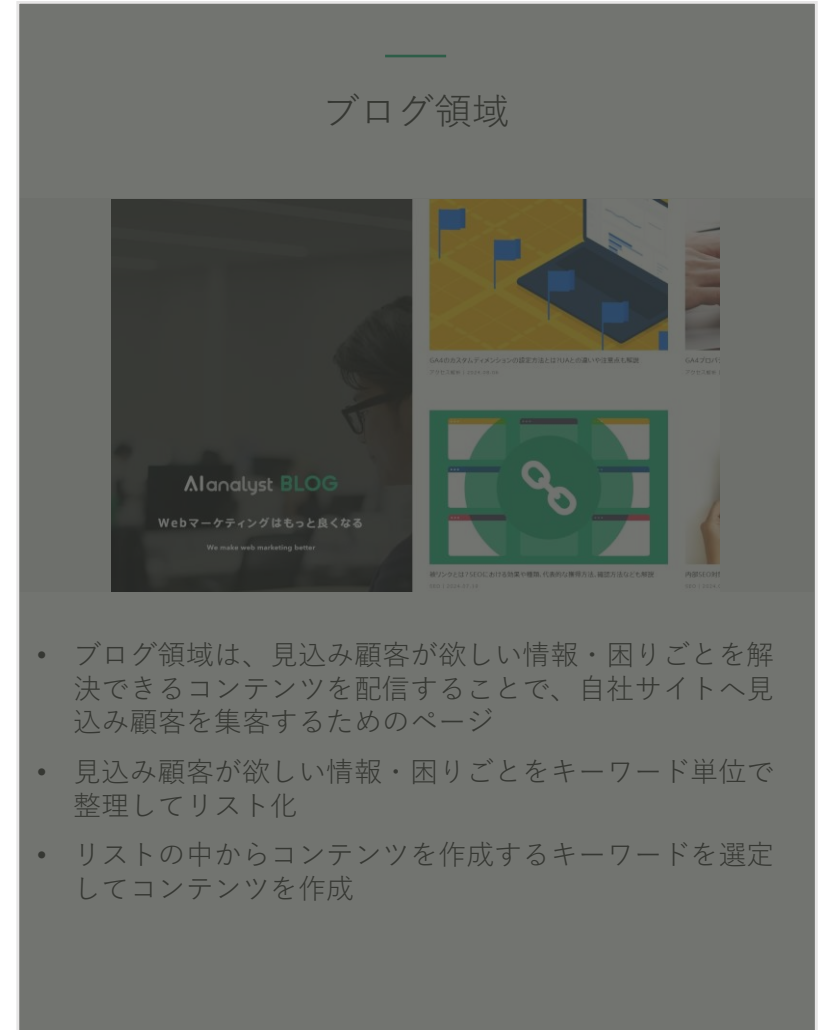
SEO戦略 = どのようなキーワードで自社サイトを上位表示させたいかを定めること

## サービスページ領域



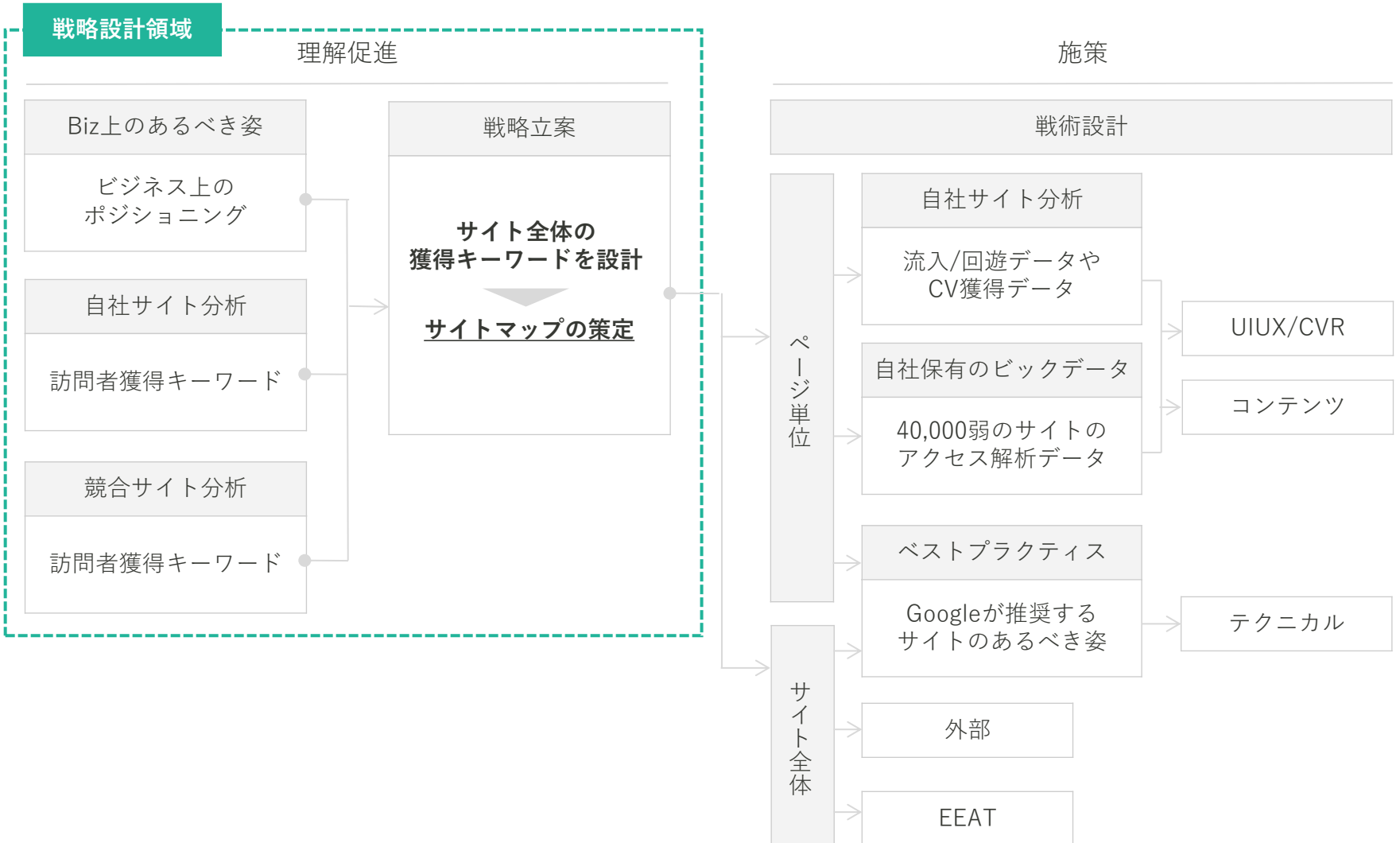
- サービスページ領域とは、企業が提供している商品やサービスについての情報を発信するためのページ
- サービスページ領域でどのようなキーワードで上位表示させたいかを決定
- 上位表示させるために必要なコンテンツがページに存在するかを分析し、ページ改修、新規制作を提案
- サービス内容の紹介ページや料金ページといったサービス紹介に紐づくページが対象

## ブログ領域

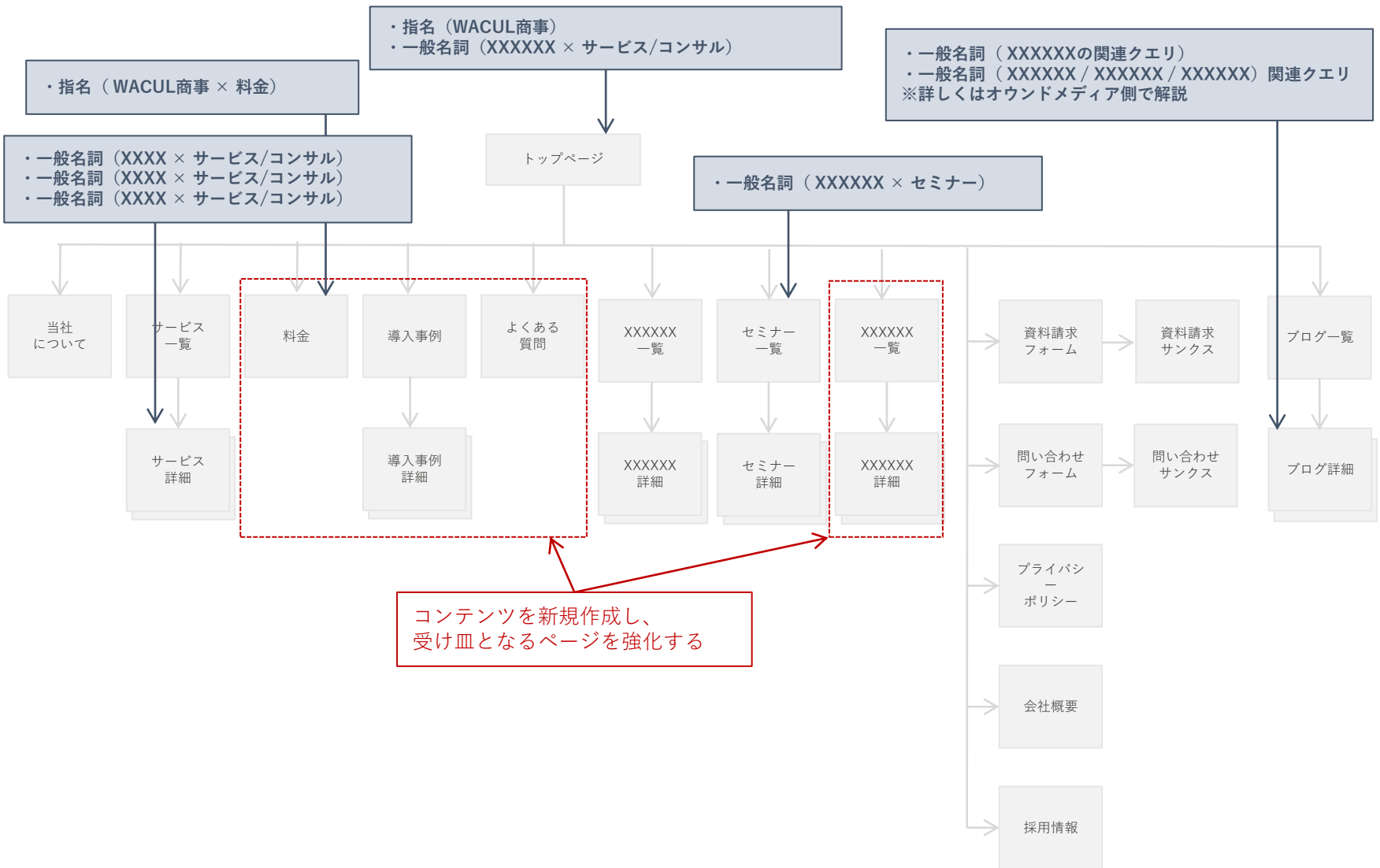


- ブログ領域は、見込み顧客が欲しい情報・困りごとを解決できるコンテンツを配信することで、自社サイトへ見込み顧客を集客するためのページ
- 見込み顧客が欲しい情報・困りごとをキーワード単位で整理してリスト化
- リストの中からコンテンツを作成するキーワードを選定してコンテンツを作成

Biz上のポジショニングを踏まえた上で分析を実施。自社で獲得したキーワードの伸びしろと競合が獲得しているキーワードをもとに、自社サービスページ領域で狙いたいキーワードの方針を決定



必要なページを再定義した上で、各ページごとの狙うべきキーワードを提示



SEO戦略 = どのようなキーワードで自社サイトを上位表示させたいかを定めること

## サービスページ領域

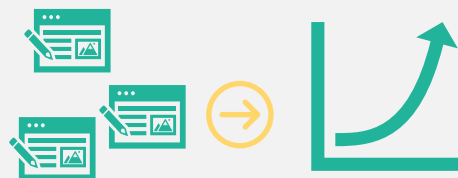
- サービスページ領域とは、企業が提供している商品やサービスについての情報を発信するためのページ
- サービスページ領域でどのようなキーワードで上位表示させたいかを決定
- 上位表示させるために必要なコンテンツがページに存在するかを分析し、ページ改修、新規制作を提案
- サービス内容の紹介ページや料金ページといったサービス紹介に紐づくページが対象

## ブログ領域

- ブログ領域は、見込み顧客が欲しい情報・困りごとを解決できるコンテンツを配信することで、自社サイトへ見込み顧客を集客するためのページ
- 見込み顧客が欲しい情報・困りごとをキーワード単位で整理してリスト化
- リストの中からコンテンツを作成するキーワードを選定してコンテンツを作成

ブログ領域のコンテンツ対策では、中長期的にコンテンツを蓄積すること、方向性を定めてキーワードを選定すること、ユーザーの検索ニーズを満たす高品質コンテンツ（記事）を作成することが重要

### 中長期的なコンテンツ蓄積

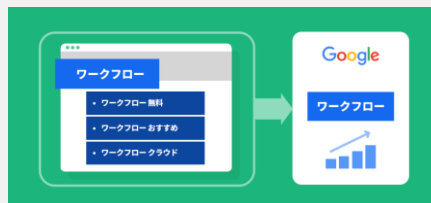


✓ コンテンツ量を蓄積

✓ 一定本数以上になると本数と成果に相関

- コンテンツ公開からGoogleに評価されるまでに、およそ3~4か月の期間がかかる
- 記事を作成しメディアとしての情報量が蓄積されると、本数と成果に相関が現れる

### 方向性の定まったキーワード選定



- SEOの目的に合わせてキーワードを幅出し
- Googleからの評価を得やすくするために、テーマ（方向性）を絞った記事執筆を推奨
- 優先テーマ決定後、キーワード単位でサービス相性や上位表示見込みを分析し、執筆キーワードを決定

### ユーザーファーストの高品質コンテンツ

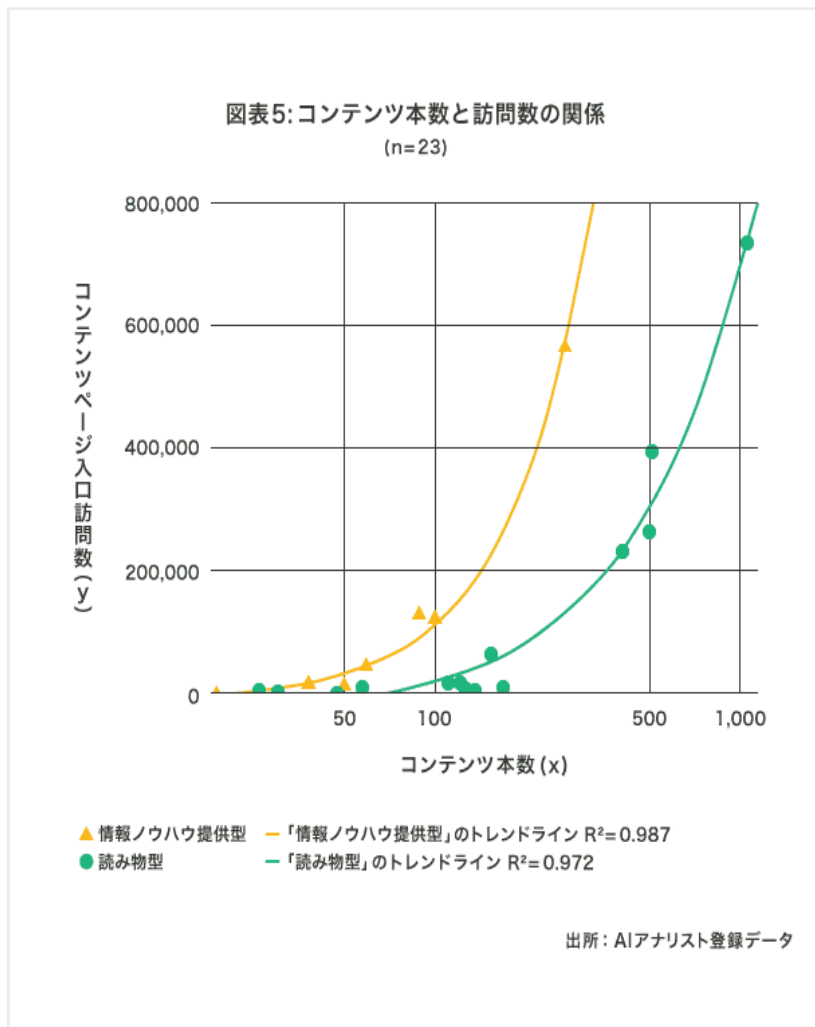


検索ニーズを汲んだ記事

企業が伝えたいことばかりの記事

- ユーザーの検索ニーズを汲み、それを解決する記事の執筆に徹すれば、Googleで上位表示される
- まずは訪問者数を増やすために、伝えたいことよりもユーザーのニーズを汲むべき

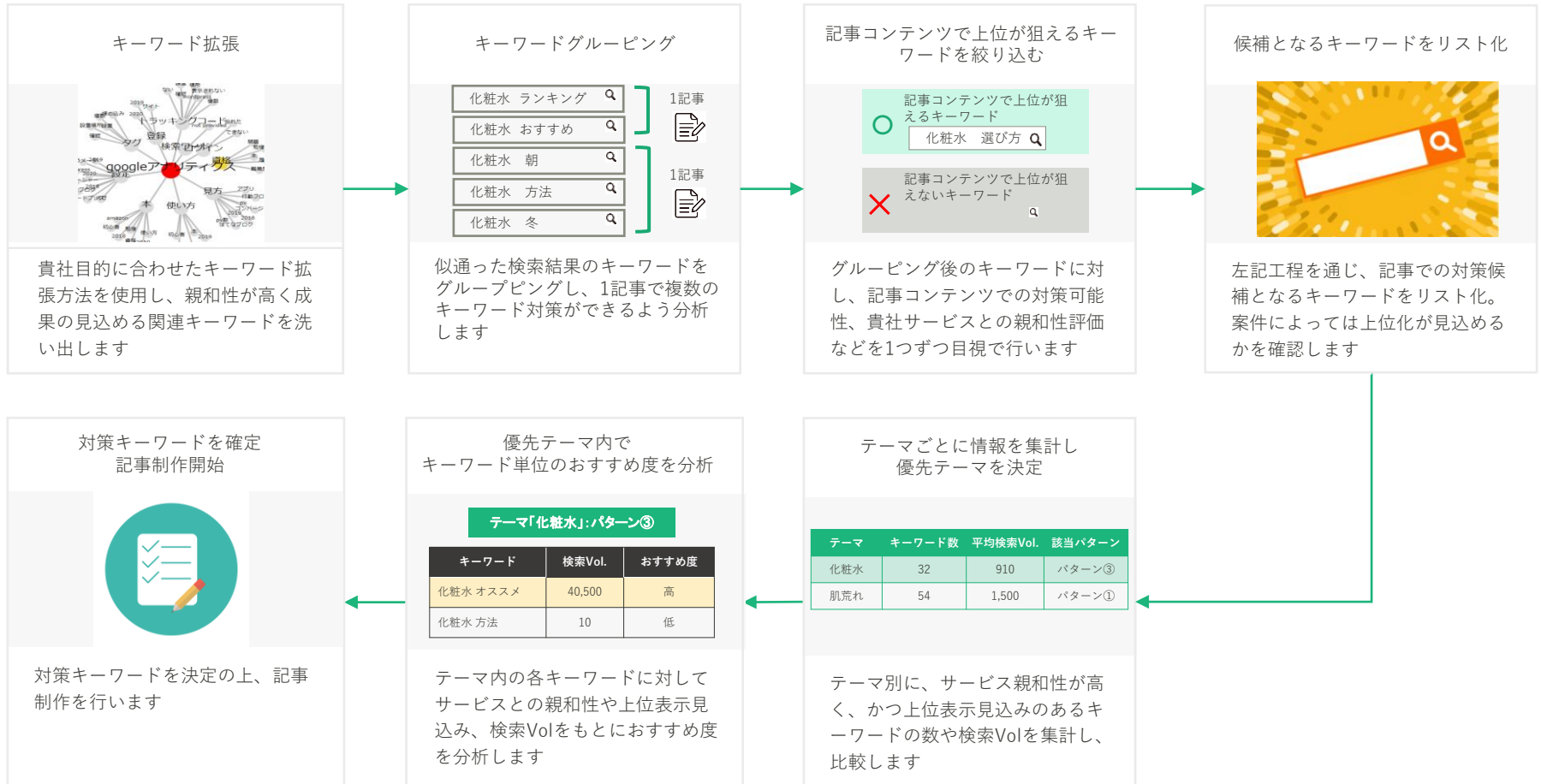
## コンテンツ数を定期的に増やしていくことが安定した成果創出につながる



### 【弊社実績、研究結果からの示唆】

- ✓ Webサイトが持つコンテンツ本数が増えるほど、コンテンツページを入口とした訪問数は加速度的に増える
- ✓ コンテンツ本数が少ない段階（初期段階）では本数と訪問数の相関は弱いですが、本数が増えると安定して成果が出るようになる

対策すべきキーワード候補の幅出しを行ったうえで、上位表示見込みや貴社サービスとの親和性等を総合的に判断し、優先テーマを設定したうえで対策するキーワードを決定



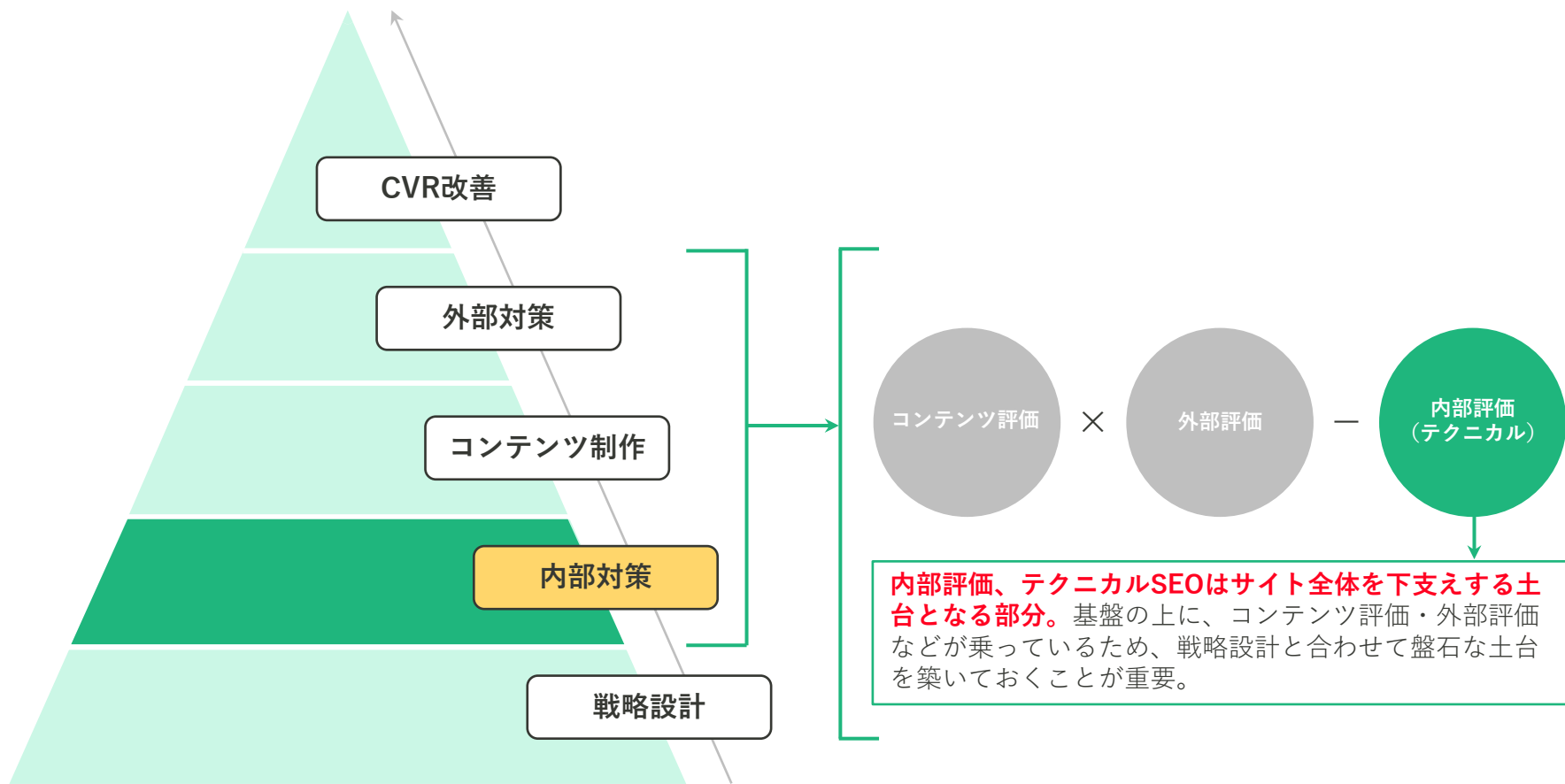
ターゲットキーワード選定

キーワードの拡張やベンチマークサイトの流入獲得キーワードなどを元にキーワードを幅出し。検索ボリュームや上位表示難易度等を加味し、対策優先順位を決定

テーマ	キーワード	検索Vol.	Vol.グラフ	注意事項	サービス相性	上位化見込み_判定	マージキーワード	合計検索Vol.	貴社サイト順位
内部/外部対策	seo対策	27,100			<input type="radio"/>	○	seofaisaku_27100 seo対策_27100 seo対策とは_6600 seo対策 基本_480 seo対策toha_480 seo施策_320 seo対策 方法_260 seo 最新_210 seo 基本_210 seo 対策 最新_140 最新 seo 対策_140 seo対策 意味_90 最新seo_70 seo施策とは_50 seo運用_50 seo対策 施策_40 google seo対策 最新_20	90,460	19
内部/外部対策	seo	49,500			<input type="radio"/>	○	ceo対策_27100 seo seo_2400 seo marketing_140 seo optimization_50	79,190	16
SEO	検索エンジン	33,100		他社製品紹介	<input type="radio"/>	○	google 検索エンジン_1000 検索えんじん_33100 検索エンジン 一覧_3600 サーチエンジン_880 google以外の検索エンジン_720 検索エンジン google以外_720	73,120	
オウンドメディア コンテンツマーケティング	キーワードプランナ サジェスト	33,100 18,100		固有名称、特定商品解説、画 他社製品紹介	<input type="checkbox"/>	△ △	googleキーワードプランナー_6600 googleのキーワードプランナー_6600 グーグルキーワードプランナー_1600 キーワードプランナー 検索ボリューム_480 google広告 キーワードプランナー_320 googleプランナー_140 検索ボリューム キーワードプランナー_110 キーワードプランナー 料金_90 google adwords キーワードプランナー_90 キーワードプラン_70 キーワードプランナー 見方_70 keywordプランナー_70 google アドワーズ キーワードプランナー_30 キーワードプランナ 0_30 グーグル アドワーズ キーワードプランナー_20 キーワードプランナー 有料 使い方_20 アドワーズ キーワードプランナー_10	49,450 18,100	

# 内部対策 (テクニカルSEO)

内部対策（テクニカルSEO）はSEO施策における土台。後続の加点施策の効果を上げるためにも、優先して着手することを推奨



## 「負債解消」「加点」の両面から網羅的に課題抽出および施策の具体化を実施

### 概要

テクニカルSEOにも負債解消施策と加点施策の2方向が存在する。特にBig WordのSEOを狙う場合は、他社も強いため加点施策までやりきることを推奨。

### 負債解消施策

### 加点施策

#### 目的

サイト・ページに対してよマイナスの評価を打ち消すために行う施策（**改善施策**）

サイト・ページに対してよりプラスの評価を得られるために行う施策（**加点施策**）

#### 施策概要

- ・ URL構造の最適化
- ・ サイト構造の最適化
- ・ パンくずの最適化
- ・ 重複コンテンツの見直し
- ・ リンク切れの解消
- etc.

- ・ ページスピード改善（CWV改善）
- ・ 構造化マークアップ施策
- ・ クローラビリティ改善
- ・ 内部リンク構築によるリンクジュース構築
- ・ ユーザー体験向上施策
- etc.

## 3つの観点から分析・課題抽出を実施

### 概要

チェックシート観点・コンサル目線観点・疑似クローラー観点の3つからサイト状況を確認し、テクニカルSEOの監査と問題点の洗い出しを行い、改善策をご提示。

### チェックシート観点

およそ50項目のSEOチェックシートからよく見られる問題点で課題がないかチェック。

### 疑似クローラー観点

Googleのrobotの挙動と同じ形で貴社サイトをクロール。クロール結果からどこに穴があるか確認。

### コンサルティング観点

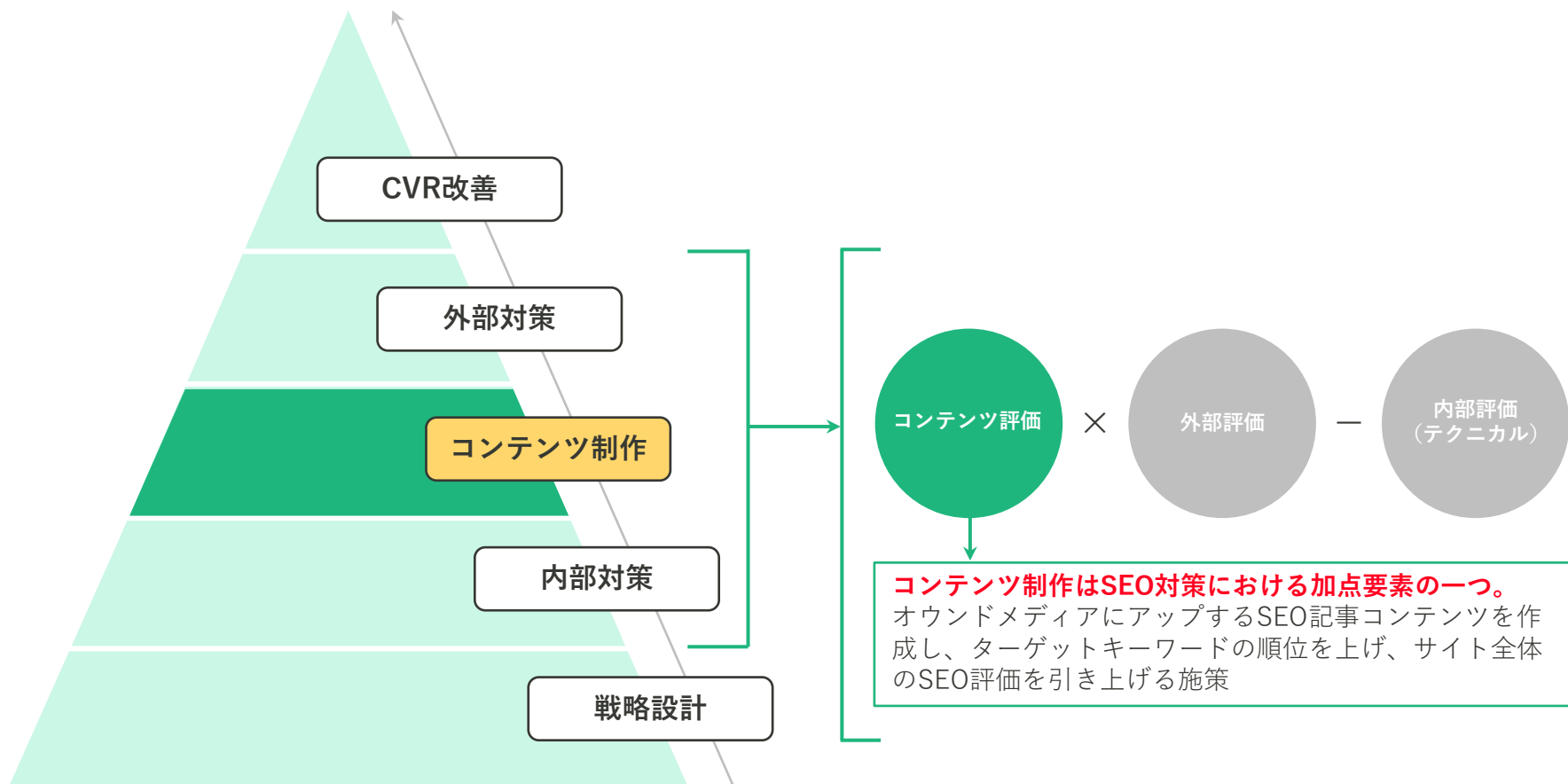
優先度	工数	項目	内容	該当ページ
小	中	EV・OV認証	SSLサーバー証明書を実装待機裏面が必要なクラスにする	P14-15
中	中	運営先評価 (構造化)	運営先情報・口コミの構造化マークアップを導入する	P16
中	小	運営先評価 (リンク)	企業サイトとの相互リンクを行う	P18-19
小	小	リンク切れ	リンク切れ (404エラー) の解消	P20-22
特大	中	robots.txt運用	robots.txtの正しい運用・sitemap作成	P23-49
中	中	sitemap運用	sitemapが正しく使われているか	P50-56

得られたデータ・コンサルタントの経験軸で、SEO対策をしていく上での課題優先づけと施策立案を実施。

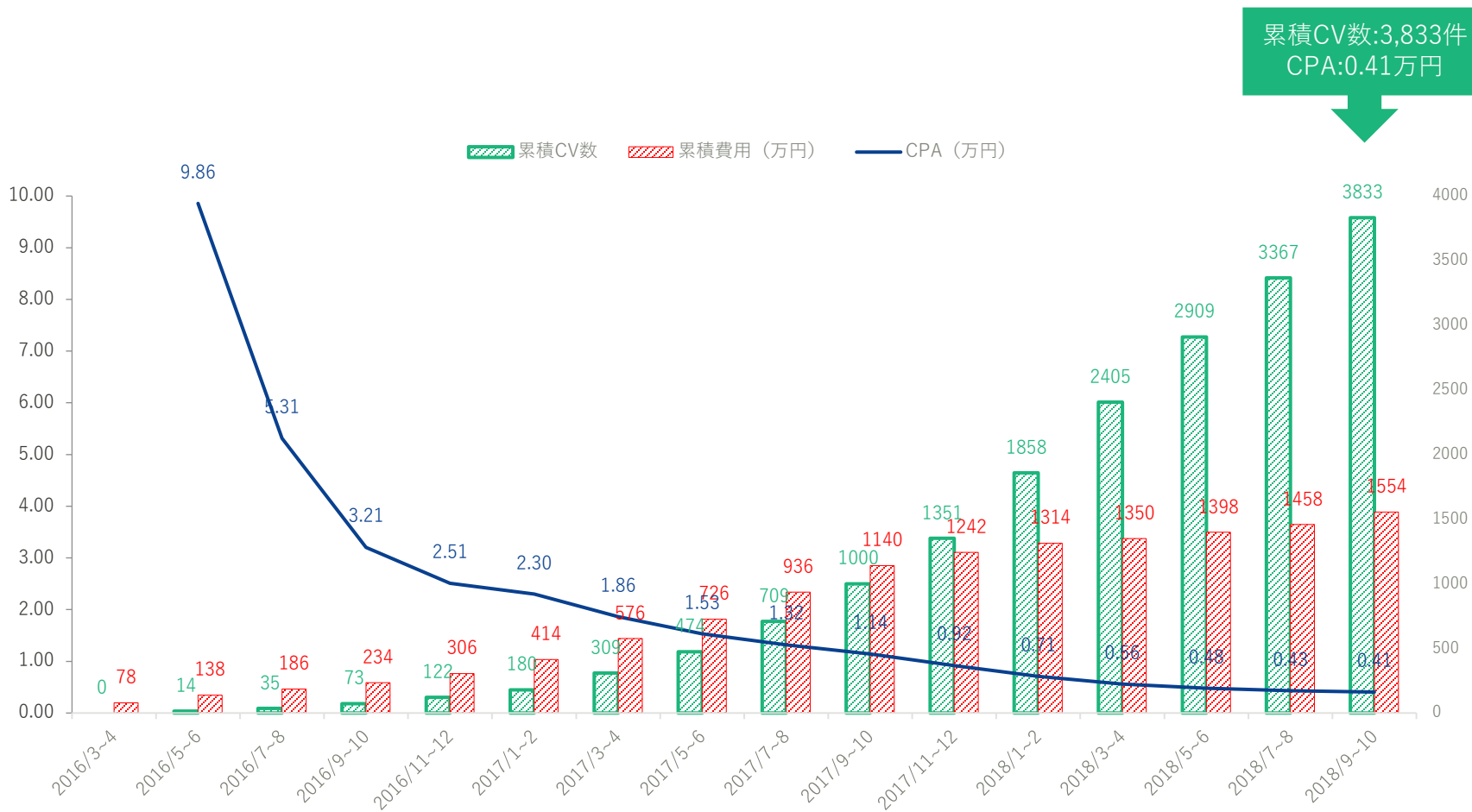


# コンテンツ制作

コンテンツ制作は加点要素の一つで、土台さえ整ってれば成果に跳ね返ってくる施策。  
記事制作サービスでも初期の土台構築完了後はメインの施策として推進想定



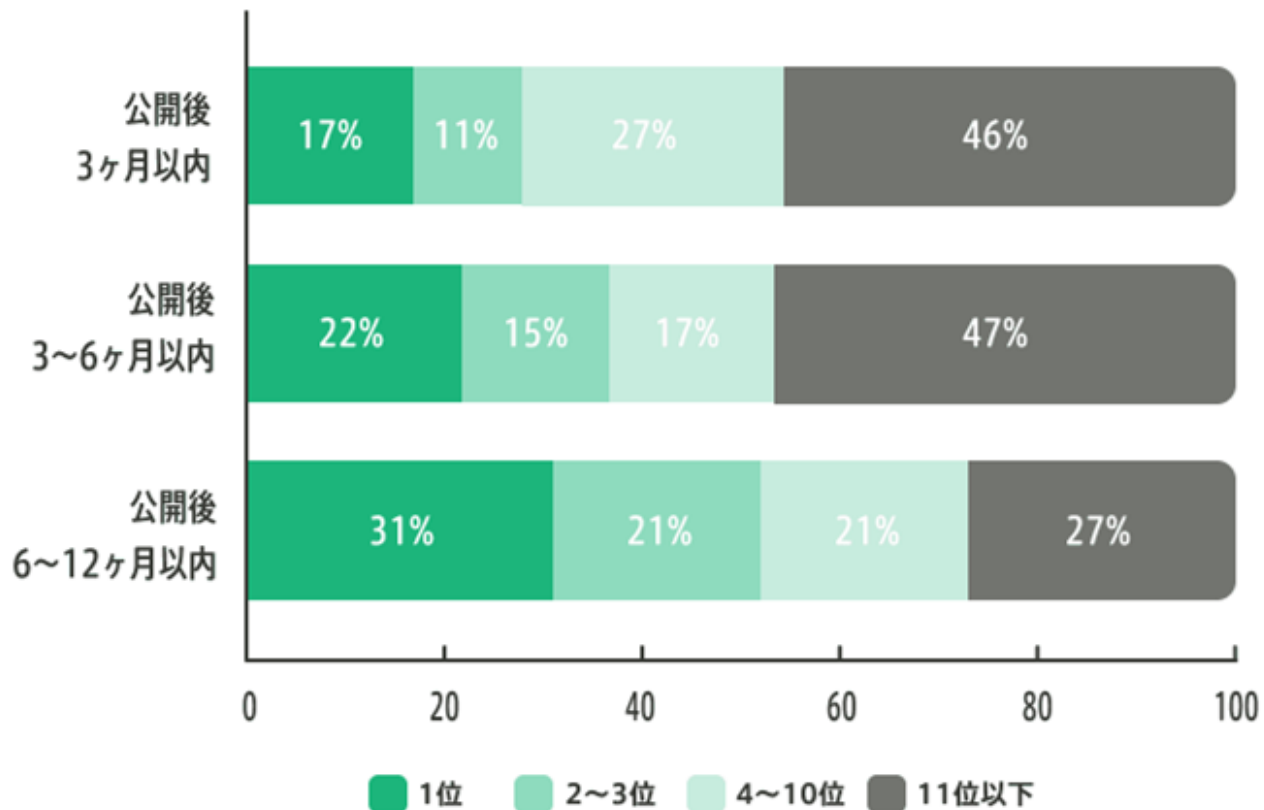
弊社のオウンドメディア「AIアナリストBLOG」で効率よくCV獲得。自社メディアを運用する中で培ってきた記事制作ノウハウにて貴社コンテンツを作成。



※ 1記事当たり6万円としてCPAを試算

記事公開後3か月以内で55%の記事が10位以内を獲得。時間経過とともに更に効果が向上

公開から期間別の記事コンテンツ検索順位比率



※調査の前提：人材業界向けかつ当社がオウンドメディアのコンテンツ制作を新たに開始したものに絞って調査

記事作成の工程を自動化することで、成果の出るコンテンツを低コストで作成

## STEP1 キーワード選定 (戦略設計にて対応)

- AIアナリストに登録されている3万超サイトのデータを活用した想定CV数の推定
- CV数の見込めるキーワードの拡張、洗い出し

自動化でコスト削減

## STEP2 骨子作成

- キーワードごとに対応するペルソナ設定の作成
- 競合サイト分析に基づく、コンテンツ骨子の方針作成
- 詳細な要件定義

自動化でコスト削減

## STEP3 記事執筆

- 最適なライターのアサイン
- 記事のクオリティを保つため、独自基準の品質チェック

品質チェックを一部自動化

※ライターや人の目が必要な品質チェックは必要十分なコストを投下

## 該当キーワードで成果を出すための記事方針を作成

### 1 ペルソナ設定



- キーワードに合わせて、想定される読者層、読者の検索状況を定義します

### 2 競合分析に基づく骨子作成



- 競合サイトのデータを詳細に分析し、情報の網羅性で他の記事を上回るように、見出しをh2/h3レベルまで定義します

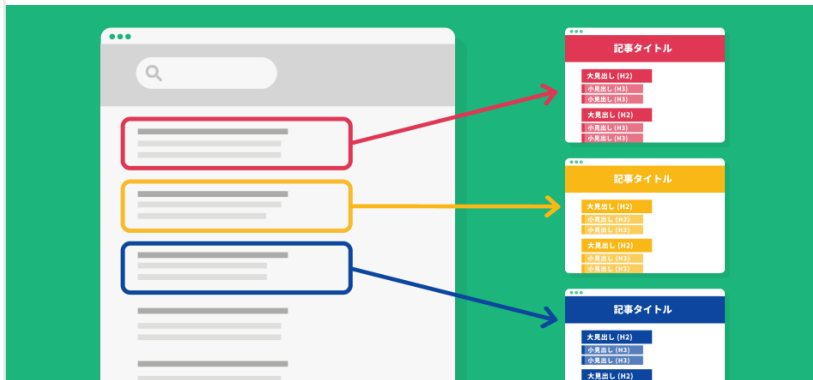
### 3 文脈を踏まえた自然な CV誘導設計の作成



- 弊社の知見による自然な誘導方法と、データに基づく効果的な誘導先を設計します

## 上位表示されている競合記事を分析し、情報の幅・深さで上回る骨子を作成

上位表示されている競合記事を分析



- 上位表示されている複数の競合記事（原則4記事）の構成要素（h2,h3）を調査します

分析結果を踏まえ、  
競合より優位性を持てるよう骨子を作成



- 複数の競合記事を分析した結果を踏まえ、情報の網羅性で競合記事よりも優位性を持てるように骨子を作成します
- 網羅性で優位に立てない場合には、内容のわかり易さ、深さ等で差別化を図ります

## 骨子をもとに、最適なライターが、弊社規定に沿って記事を執筆

### 業界、テーマごとにSEOライターが執筆



- 美容などのtoC向け記事から、ITなどのtoB向け記事まで、幅広い業界に対応できるライター数を確保しています
- SEOやWebのコンテンツ制作に知見があるライターをアサインします

※ライターは執筆する記事ジャンルの専門家ではございませんのでご注意下さい。



### 20個以上の基準をクリアした記事を納品



- 「読みやすさの観点」「SEOでの成果の観点」など、弊社独自の基準をクリアした記事を納品します
- 検索アルゴリズムは、対象記事の離脱率や読了率なども評価に入れていると言われており、その上でも「読まれる記事」は重要です

※成果に直結する「検索ニーズに応えること」にフォーカスするため、これに影響しない各社のこだわり等は担保しません

## 記事の概要及び本文をドキュメントにまとめて提出

## 記事の概要

キーワード:「google アナリティクスとは」  
文字数概算:「3350文字」

## ユーザー属性

- ・企業のWebマーケター
- ・Webマーケターになって日が浅い

## 検索する状況

- ・自社サイトの分析にGoogleアナリティクスを使っているため、知識を得たい
- ・Googleアナリティクスについて知りたいと思い、検索している

## CV誘導方法

CV名: AIアナリストの資料請求(無料)はこちら  
誘導先URL: <https://wacul-ai.com/>

## アイキャッチ画像

<https://pixabay.com/ja/photos/%E5%88%86%E6%9E%90-%E3%83%81%E3%83%A3%E3%83%BC%E3%83%88-%E3%83%88%E3%83%A9%E3%83%95%E3%82%A3%E3%83%83%E3%82%AF-925379/>

## 記事概要

タイトル	Googleアナリティクス(GA4)とは？導入方法から設定・使い方まで解説
ディスクリプション	Googleアナリティクス(GA4)は、ユーザー行動やアクセス状況を詳細に把握できる無料の分析ツールです。本記事では、GA4の基本的な特徴やUAとの違い、設定方法、分析レポートの活用法を解説します。初心者でも使いこなせるような具体的な手順や注意点も紹介しています。データを活用してWebサイトの成果を最大化したい方、Webマーケターの方はぜひ参考にしてください。
見出し(h2/h3/h4)	<ul style="list-style-type: none"> <li>h2 Googleアナリティクス(GA4)とは</li> <li>h2 UAとの違い</li> <li>h2 Googleアナリティクスの特徴</li> <li>h3 機械学習の導入</li> <li>h3 Webサイトとアプリを横断した計測</li> <li>h3 自動計測機能の充実化</li> <li>h3 2.Googleアナリティクスに登録する</li> <li>h2 Googleアナリティクスで押さえておくべき2つのレポート</li> <li>h3 レポート</li> <li>h3 探索</li> <li>h3 データ保持期間を14か月に変更する</li> <li>h3 コンバージョンを設定する</li> </ul>

## 記事本文

## タイトル: Googleアナリティクス(GA4)とは？導入方法から設定・使い方まで解説

Googleアナリティクス(GA4)とは、Webサイトのアクセス状況を分析できるツールです。多くの企業が導入しているものの、初心者が使いこなすためには情報収集が必要です。この記事はWebマーケターに向け、Googleアナリティクスについて解説します。導入方法や分析時に必要な指標なども解説しているので、参考にしてください。

※ここに目次を入れるとSEOに効果があるとされています。

### h2: Googleアナリティクス(GA4)とは

Googleアナリティクスとは、Googleが提供する無料のアクセス解析ツールです。アクセス解析とは、Webサイトへのアクセス状況をさまざまな視点から分析することです。GA4は、正式名称を「Googleアナリティクス4プロパティ」といい、最新版のGoogleアナリティクスとして2020年10月にリリースされました。

Googleアナリティクスは、登録したWebサイトのユーザー行動について、ユーザーの属性や訪問したページ、成果の達成率、広告効果や反響調査などを分析します。多くの企業が導入していますが、正式なマニュアルがなく、担当者が情報を収集して自主的に学ぶ必要があります。

### h2: UAとの違い

UAとは、従来のGoogleアナリティクスで、2023年7月にサポートが終了しました。UAとGA4の基本的な違いは、分析軸の違いです。UAはWebサイトのページ単位の計測を行っていましたが、GA4ではユーザーを重視する軸に変わりました。

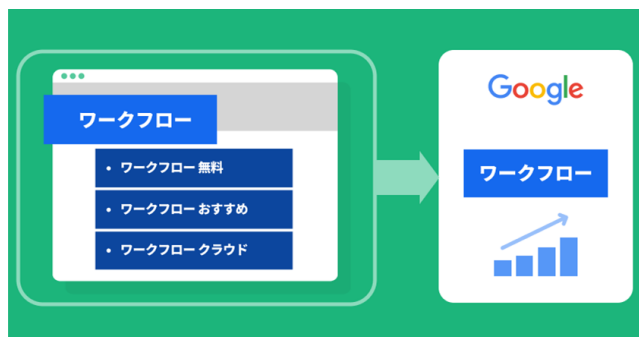
近年は1人のユーザーが複数のデバイスを使い、Webサイトやアプリをまたぐ行動が当たり前になりました。GA4ではWebサイトとアプリの両方を訪問しても、同一ユーザーと認識できることが特色です。

### h2: Googleアナリティクスの特徴

最新のGoogleアナリティクスであるGA4には、主に3つの特徴があります。それぞれ解説します。

AIアナリストSEOの記事制作における工程は、大きく2つのフェーズがございます

## フェーズ1



### キーワード決定フェーズ

1記事に対して1つのキーワードをお決めいただけます。キーワード決定後に記事制作が進行していた場合は、キーワードの変更はお受けできませんのであらかじめご了承ください。

## フェーズ2



### 骨子・記事制作フェーズ

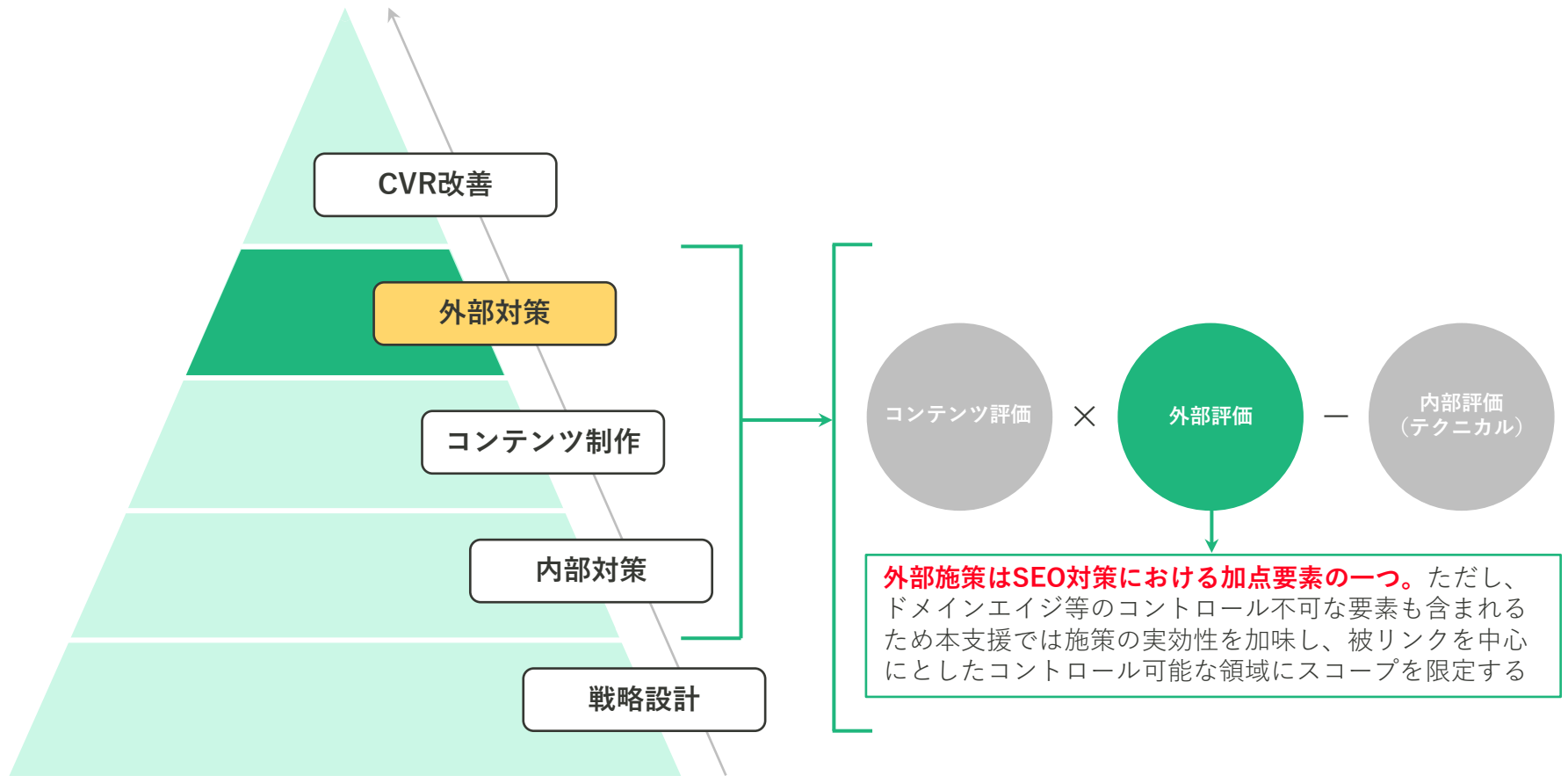
決定したキーワードですでに上位表示している競合サイトの記事内容を分析し、書くべき要素を抽出し、情報を網羅した記事を作成します。

各フェーズの詳細スケジュールと貴社にご確認いただく項目は以下の通り  
記事確認の必要日数はキックオフMTG時に詳細をご説明の上で調整いたします

フェーズ	項目	作業内容	担当	日数(仮)
1	キーワードリスト作成	キーワードリストを作成	WACUL	5営業日
1	キーワード決定	執筆するキーワードのご選定	貴社	7営業日
2	骨子作成	執筆キーワードの骨子を作成	WACUL	5営業日
2	記事執筆	骨子に沿って本文を作成	WACUL	8営業日
2	記事確認	本文確認と修正のご指示	貴社	3営業日 ※日数は調整可能
2	記事修正	記事修正	WACUL	2営業日
—	納品完了	—	—	—

# 外部対策

外部施策は加点要素の一つだが、コントロール不可な領域も多いためクリティカルな箇所に絞った調査を実施



外部評価はGoogleアルゴリズムのブラックボックスが主とする領域。マス広告による影響などSEO施策以外の変数も大きな影響を与えるが、被リンク施策は短期で一定の効果が得られるため、被リンク施策を中心に支援



# 被リンク獲得は質の高い外部リンクを地道に獲得する施策。獲得方針を提示の上、獲得すべき被リンクを調査

**概要** 被リンクに対する理解・獲得手法の理解を深めた上で競合サイトの被リンク状況を分析し、貴社サイトに適した被リンク獲得アクションを提案。

## 被リンクに対する理解促進



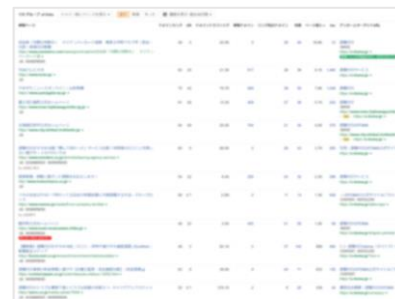
被リンクは誤った形で対策するとGoogleのペナルティを受ける可能性がある。被リンクについての正しい解説を実施。

## 被リンク獲得手法の理解促進



被リンクを獲得する方法は複数存在するため、自社のサイトタイプやリソースを踏まえた上で対策方針を検討することが重要。

## 競合サイトの被リンク状況調査



競合サイトがどのサイトから被リンクを獲得しているかの分析。そのデータを参考に対策アクションを決定。



# ベンチマークサイトの被リンク獲得状況から貴社にて獲得すべき被リンクを調査

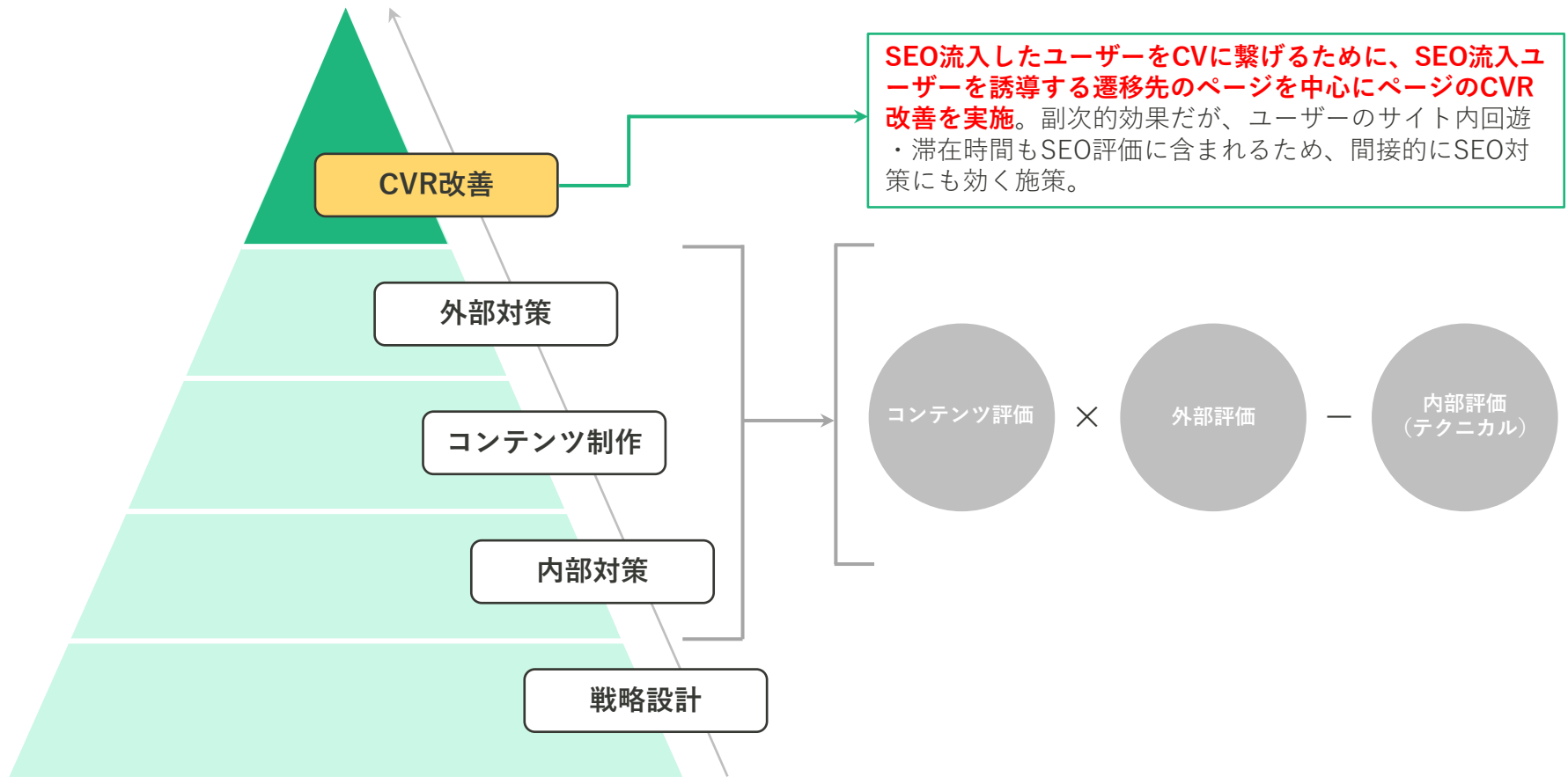
## 概要

1位のOサイトは200サイトから被リンクを受けている状況。  
 この中からアタック可能な被リンク先を選定し、被リンク数を増やしていくことが必要

順位	ドメイン	URL	被リンク数	被リンク先数	被リンク先平均数	被リンク先最大数	被リンク先最小数	被リンク先標準偏差	被リンク先中央値	被リンク先四分位範囲	被リンク先最大値	被リンク先最小値	被リンク先標準偏差	被リンク先中央値	被リンク先四分位範囲	被リンク先最大値	被リンク先最小値	被リンク先標準偏差	被リンク先中央値	被リンク先四分位範囲	被リンク先最大値	被リンク先最小値	
1	www.o.com	www.o.com	200	100	2	10	1	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
2	www.a.com	www.a.com	150	80	2	8	1	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
3	www.b.com	www.b.com	120	60	2	6	1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	www.c.com	www.c.com	100	50	2	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	www.d.com	www.d.com	80	40	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	www.e.com	www.e.com	60	30	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	www.f.com	www.f.com	40	20	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
8	www.g.com	www.g.com	30	15	2	1.5	1	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
9	www.h.com	www.h.com	20	10	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	www.i.com	www.i.com	15	7.5	2	0.75	1	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75
11	www.j.com	www.j.com	10	5	2	0.5	1	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
12	www.k.com	www.k.com	8	4	2	0.4	1	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
13	www.l.com	www.l.com	6	3	2	0.3	1	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
14	www.m.com	www.m.com	4	2	2	0.2	1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
15	www.n.com	www.n.com	3	1.5	2	0.15	1	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15
16	www.o.com	www.o.com	2	1	2	0.1	1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
17	www.p.com	www.p.com	1	0.5	2	0.05	1	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
18	www.q.com	www.q.com	1	0.5	2	0.05	1	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
19	www.r.com	www.r.com	1	0.5	2	0.05	1	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
20	www.s.com	www.s.com	1	0.5	2	0.05	1	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
21	www.t.com	www.t.com	1	0.5	2	0.05	1	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
22	www.u.com	www.u.com	1	0.5	2	0.05	1	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
23	www.v.com	www.v.com	1	0.5	2	0.05	1	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
24	www.w.com	www.w.com	1	0.5	2	0.05	1	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
25	www.x.com	www.x.com	1	0.5	2	0.05	1	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
26	www.y.com	www.y.com	1	0.5	2	0.05	1	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
27	www.z.com	www.z.com	1	0.5	2	0.05	1	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05

# サイト導線改善によるCVR底上げ

自然検索流入のCV最大化のためにはSEO対策のみでは不十分。SEO対策で獲得した流入をCVに繋げるために、SEO記事から誘導先となるページを中心にCVR改善の方針を提案





# SEOコンテンツからの誘導先となるページを中心にサイトの改善画面案を提案。成果に直結するポイントに絞って部分的な改善をご提案

現状画面

改善画面案



サービスの強みや実績が少なく後押しされない



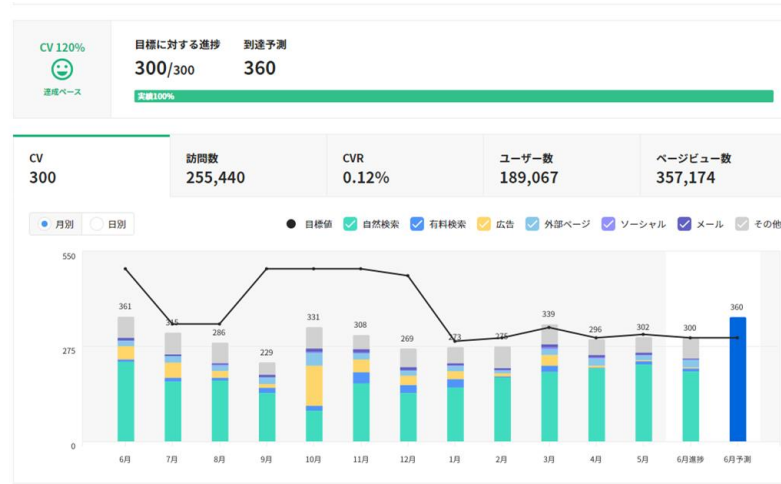
サービスのメリットを端的に伝える

定量実績と顧客ロゴを掲載して行動を後押し

# AIアナリストの利用

# AIアナリストを活用して効率的なPDCAを実現

## 特徴



### データ確認、課題特定から施策の具体化・実行まで できるPDCA活動のホームとなるツール

- Google検索コンソール・Googleアナリティクス等の設定や操作が難しく面倒なツールを統合し、直感的かつ見やすいUIでまとめてレポートニング
- SEO上重要な平均掲載順位とCV数を自動で集計し、効果検証を効率化

## 機能

項目	概要
今月の進捗	➤ 月次、週次、日次の訪問・CV指標の進捗を確認し、現状を正しく把握できます
サイトレポート	➤ 週次/月次で「Webサイトの重要な指標」を簡単に確認する事ができます
SEOレポート	➤ SEO（自然検索）に関わる重要な「検索順位」「表示回数」「訪問数」等の指標を確認できます
広告レポート	➤ 媒体別やキャンペーン別に広告の成果を確認する事ができます ※必要に応じてクライアント様にて活用

# プラン / 進め方

ベーシックなプランとして月額30万円/50万円をご用意

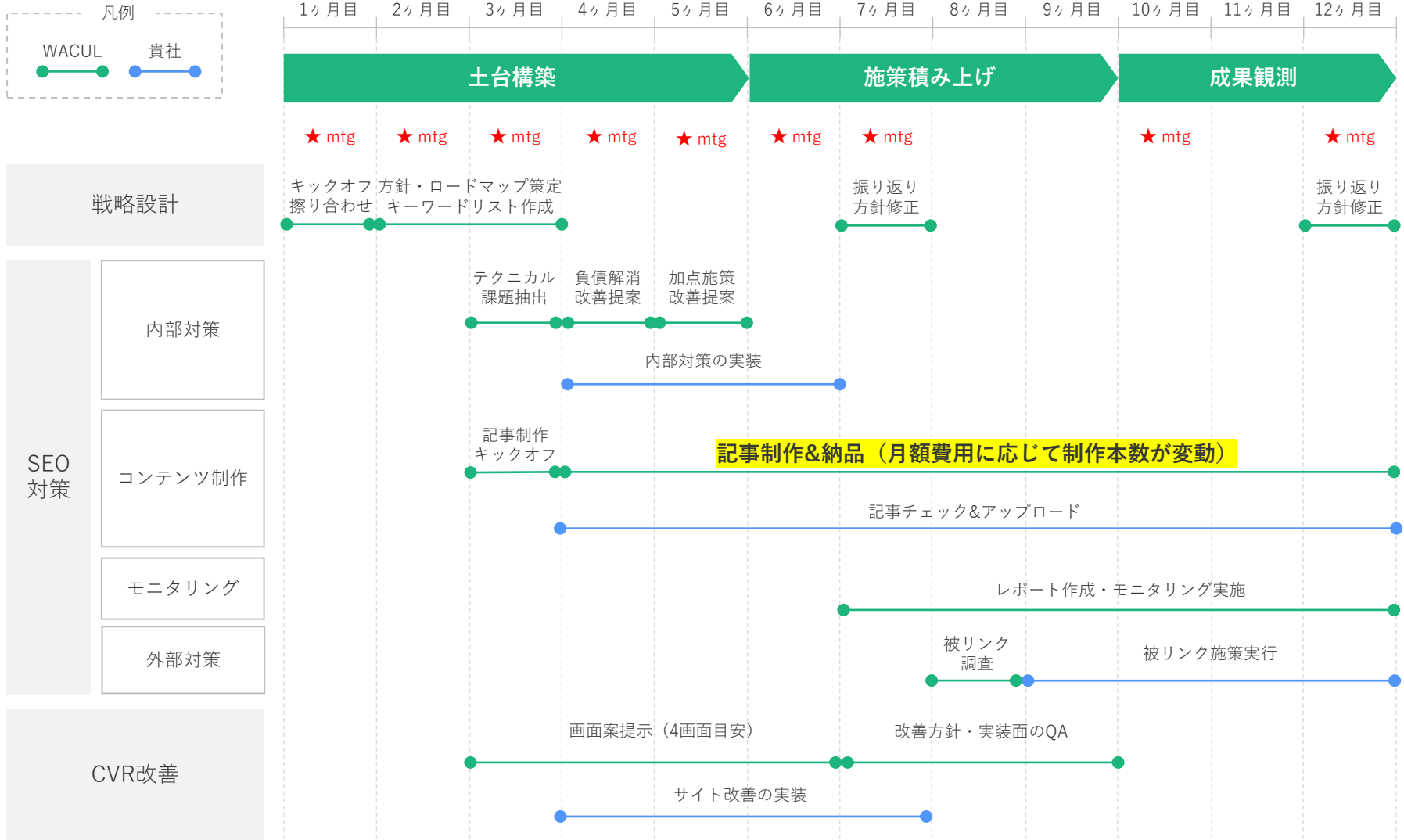
プラン（月額）	期間	提供内容	mtg回数	記事制作本数	その他費用
30万円	12ヶ月	<ul style="list-style-type: none"> <li>戦略設計</li> <li>内部対策</li> <li>外部対策</li> <li>コンテンツ制作</li> <li>モニタリング</li> <li>CVR改善</li> <li>AIアナリスト利用</li> </ul> ※詳細は後述	9回 ※目安の回数となり、 状況により変更の可能性がございます	40本 ※4ヶ月目以降の作成	初期費用 10万円 + AIアナリスト 月額利用料 5千円/月
50万円				100本 ※4ヶ月目以降の作成	

※上記は税抜き価格になります

※記事はLiteプランとなります

※対象サイトのページ数やサイト状況によって提供内容が可変する可能性があります。詳細は営業担当にお問い合わせください。

# 進行工程は基本的には同一を想定。月額費用に応じて記事制作本数が変動



## 提供内容の詳細

大項目	中項目
戦略設計	サービスページ領域/ブログ領域のターゲットキーワード選定
	目標流入数・KPI設計
内部対策 ※実装は貴社にてご対応	テクニカルSEO診断（50程度の項目のチェック）
	SEO診断内容に基づいた改善提案
	ページごとのメタタグ改善（主要5ページ以内）
	ヘッダー・フッターの設計
コンテンツ制作 ※記事アップは貴社にてご対応	キーワードリストをベースとした新規記事作成
	既存記事のリライト（既存記事の整理を含む場合あり）
モニタリング	記事制作後の効果検証
	モニタリングレポートの作成
	mtgでのデータ解説
外部対策 ※実行は貴社にてご対応	被リンク獲得の方法論
	競合サイトとの被リンク差分の調査
サイト改善 ※実装は貴社にてご対応	サイト改善の画面案4画面作成
ツール利用	AIアナリストの利用

記事制作サービスにおけるSEO記事制作は基本的にLiteプランを適用（戦略設計の内容に応じて変更の可能性あり）

プラン		Outline（骨子）	Lite（記事執筆）	Regular（記事執筆）
専任担当		-	-	○
キーワード	キーワード調査	○（※軸キーワード数3個まで）	○（※軸キーワード数3個まで）	○（※軸キーワード数5個まで）
	監修有無判断	-	-	○
執筆	文字数目安	-	～4,000字	最適文字数（MAX8,000字まで）
	記事内図表	-	-	○ ※弊社判断で挿入
	修正対応	-	○（1回まで）	○（1回まで）
チェック	コピーコンテンツ	-	○	○
	誤字脱字	-	○	○
	社内による校正・校閲	-	○	○
	専任担当チェック	-	-	○
	第三者機関による校正・校閲	-	-	○
	監修	-	○ ※別途見積もり	○ ※別途見積もり
費用		4万円／本	6万円／本	15万円／本

※ 上記は税抜き価格です

※ 成果に直結する「検索ニーズに応えること」にフォーカスするため、これに影響しない各社のこだわり等は担保しません



## プラン詳細（コンテンツ作成）

### ■記事制作サービスの基本的な位置づけ

1. 記事制作サービスは、WEB掲載用の記事コンテンツのドラフトを作成・ご提供するものです。
2. 当社からの納品後、お客様の責任において内容をご確認のうえ、お客様にて記事コンテンツのアップロードを実施いただきます。  
なお、当該アップロードの実施後に、第三者からのクレームや監督官庁からの法令遵守に係る指導等が生じた場合、当社是对応や損害賠償等の責任を負いかねます。

### ■キーワード調査について

1. お申込みいただいた各プランの規程に沿ったキーワード数を調査し、キーワードリストの作成を行います。
2. Regularプランについてはリストとして提出させていただいたキーワードに対して監修をつけた方が良いかの調査を行います。

### ■骨子について（Outlineプランのみ）

1. ご提案したキーワードをベースに、お客様と合意したキーワードに基づいて骨子を作成します。
2. 骨子作成後の執筆キーワード変更はお受けできません。
3. 初稿提出後、当社が納品した成果物がその内容または要件に対する明確な違反のある場合、当該成果物について1回まで修正を行います。この場合、お客様は成果物ごとに具体的な違反内容を摘示して返品するものとし、当社はこの方法により返品を受けたもの以外の成果物について、修正、再制作および違反の有無ならびに品質の再確認を行う義務を負わないものとします。
4. 一部のブログサイトなど、信憑性に乏しいサイトは参照致しません。また、それらのサイトを根拠とした成果物への指摘は受け付けません。
5. 初稿提出後、5営業日を過ぎても、修正または再制作の依頼がない場合は、当社は骨子が承認されたものとみなし、以降の修正は行いません。
6. 提出した骨子の内容について、参考サイト上のコンテンツを参照して作成いたします。ファクトチェックは行いません。

### ■執筆・チェックについて

1. 文字数  
・お申込みいただいた各プランの規程に沿った文字数となります。
2. 画像・図・表  
・イメージ、キャッチ画像の撮影・制作は原則含まれません。また、プランの規程に沿って、SEO上必要と当社が判断した場合のみ、フリー素材・図表を補足します。
3. 執筆方針  
・貴社独自のNGワードや表記方法は、Regularプランかつ事前にすり合わせたルールのみ考慮いたします。  
・執筆はWebに掲載されている情報のみを参照し記事を作成いたします。取材には対応しておりません。  
・他サイトから定量的なデータなどを引用する場合、出典元を明らかにして納品します。  
・業界に特化した専門的な知識を持ったライターが執筆するとは限りません。ライターの指定はお受けしていません。  
・ライターによっては、細かな表記ゆれが発生する場合がございます。  
・当社規定のコピペチェックツールで調査して、一定の品質をクリアした記事を納品します。  
・記事コンテンツの内容が専門的な事項(例えば、関係法令への適合性や、製品・サービス等の効能に係る事項を指します。)を含む場合、お客様のご要望に応じて、当社側で監修者等によるチェックを実施する場合がございます。この場合のご利用料金額は、都度お見積りさせていただきます。

・上記の監修者等によるチェックの有無を問わず、当社は、納品物の内容が関係法令(「医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律(薬機法)」、「不当景品類及び不当表示防止法(景表法)」並びに労働基準法・労働安全衛生法等の労働関係法令を含みますが、これらに限られません。)に適合したものであることを保証するものではありません。関係法令への適合性については、当社からの納品後、お客様の責任において確認いただくものとします。

- ・批判記事や、否定的な内容に終わる記事(特定企業、人物に対する批判等。)は執筆いたしません。
- ・当社オウンドメディア(<https://wacul-ai.com/blog/>)にて執筆済み又は執筆予定のキーワードについては、当社判断により骨子提供又は記事執筆をお断りする場合がございます。
- 4. 以下の場合に限り、当社での修正を受け付けております。
  - ・係り受けがおかしい
  - ・誤字脱字
  - ・記事修正に際しては、ペルソナ、CV誘導方法、本文のみ修正を受け付けます。

### ■修正について

1. 初稿提出後、各プランの規定に沿った回数、修正の対応が可能です。
2. 初稿提出後、5営業日を過ぎても返答がない場合は、記事が承認されたものとみなし、納品完了とさせていただきます。
3. 記事の1回目のレビュー時に、ご指摘がなかった部分については、再修正はお受けできません。
4. 納品原稿の加筆修正は貴社にて自由に行っていただけます。ただし、加筆を行った場合には、その記事に起因してお客様が被る損害について、当社は何らの責任も負いません。

### ■納品について

1. キーワード方針・記事骨子は、Googleスプレッドシート、GoogleドキュメントないしはExcel、Wordのファイルを用いてご納品します。
2. 記事本文は、GoogleドキュメントないしはWordを用いてご納品します。
3. CMSのテンプレート変更、CMSへの流し込み、リリース作業等はお受けできません。
4. 納品物の検入手続が完了した以降、当社側では納品物に係るデータの保存やバックアップ等を行いません。当該データについては、お客様の責任において保存をお願いいたします。

### ■その他注意事項

1. 当社は、発注者と同業種の企業に対して記事を納入する可能性があります。その場合、当該記事の構成及び使用キーワードが、納入記事と類似する可能性があります。
2. 【サービス内容】に定めのない事項について当社は責任を負いかねます。また、当社が納品した成果物を媒体に掲載する場合、自己の責任において利用するものとします。(SEOモニタリングサービスを申し込む場合)
  - ・納品書は発行せず、検収を要しないものとします。
  - ・1契約50キーワードまでとなります。
  - ・契約期間に基づき役務提供を行います(対象となる記事が公開されていない場合助言やレポートは実施できません)。
  - ・契約期間終了日の30日前までに利用者からの書面による申出がない場合、同条件で6カ月間延長するものとし、以降も同様とします。

# ご支援実績

## コンテンツによる流入数およびCV数を純増させた例（[イーベイジャパン株式会社様](#)）

### AIanalyst SEO

#### ご相談の背景

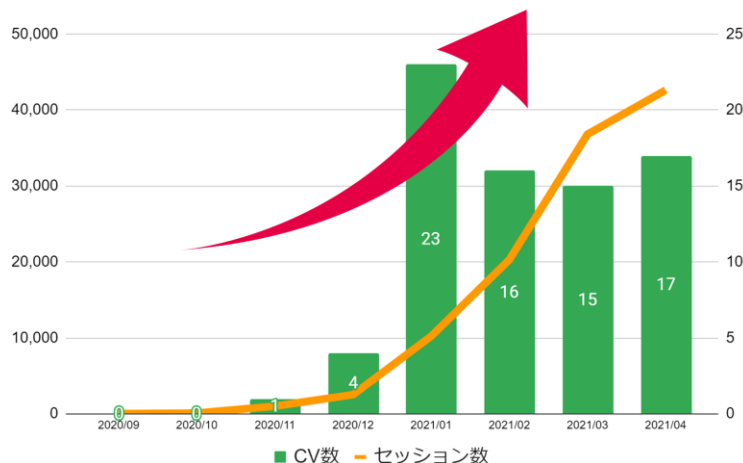
サイトへの流入がほぼオーガニック頼りで、何年も全く変わらずほぼ横ばい。コラムからのCVも発生しておらず、社内に大量のデータはあるものの、どう分析してどう生かせばよいのかがわからず困っている。

#### WACULが実施した施策

獲得できているキーワードをもとにCVに寄与する戦略を策定。ご予算の中でも最も効果の出るキーワードでコンテンツを制作して効果検証を実施。約8ヶ月で合計32本の記事を制作。

#### 実績

### セッション数とCV数を大幅に改善



<効果検証期間>

2020年9月～2021年4月：8か月

効果検証の対象記事数：32記事

記事からのセッション数：20 → 約40,000まで上昇

記事からのCVが無い状態から、CVが発生（累計76件）

実績ご紹介ページ(<https://wacul.co.jp/pressrelease/ebay-seo-casestudy/>)

## 既存記事で獲得できているキーワードをもとに流入数を純増させた例（BtoB向けSaaS）



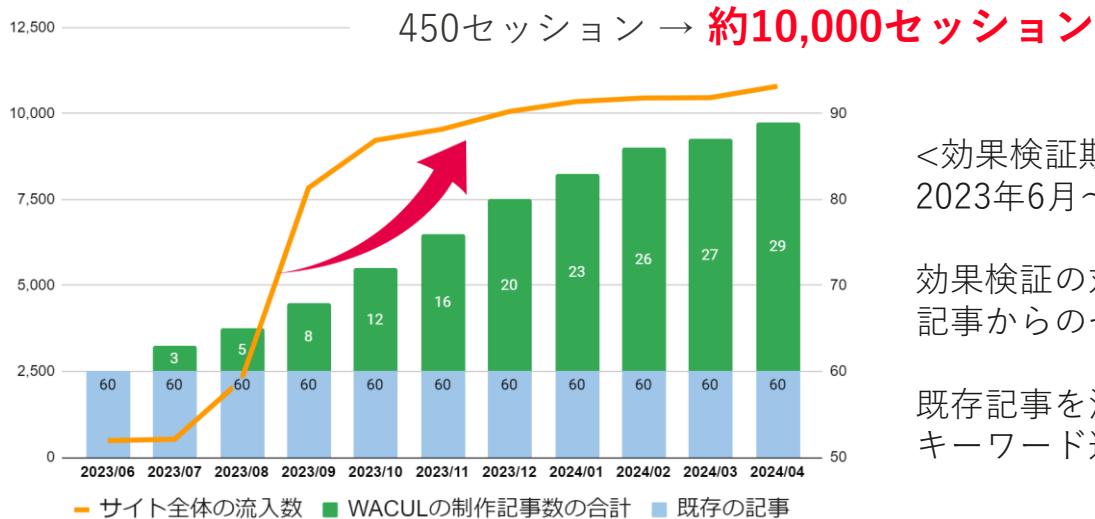
## ご相談の背景

もともと60記事ほどコンテンツSEOを取り組んだが、流入数が一向に増えず困っている。このまま記事数を増やしていけばいいのか、キーワードの戦略はどうすべきなのか、CVにつながる品質のいい記事を作るにはどうすべきかがわからない。

## WACULが実施した施策

すでに流入のあるキーワードとお客様が狙っていききたいターゲット、競合が対策しているキーワードをもとにキーワードを拡張。コラムで上位表示が見込めて検索ボリュームのあるキーワードに対して29記事を制作。

## 実績



<効果検証期間>

2023年6月～2024年4月：11か月

効果検証の対象記事数：29記事（60→89記事）

記事からのセッション数：450 → 約10,000まで上昇

既存記事を活かしながら流入数を最大化するための  
キーワード選定により効率よく検索順位の上昇

## はじめてサイトを立ち上げてから新規記事で流入数を獲得した例（BtoB向けマーケティングリサーチ会社様）



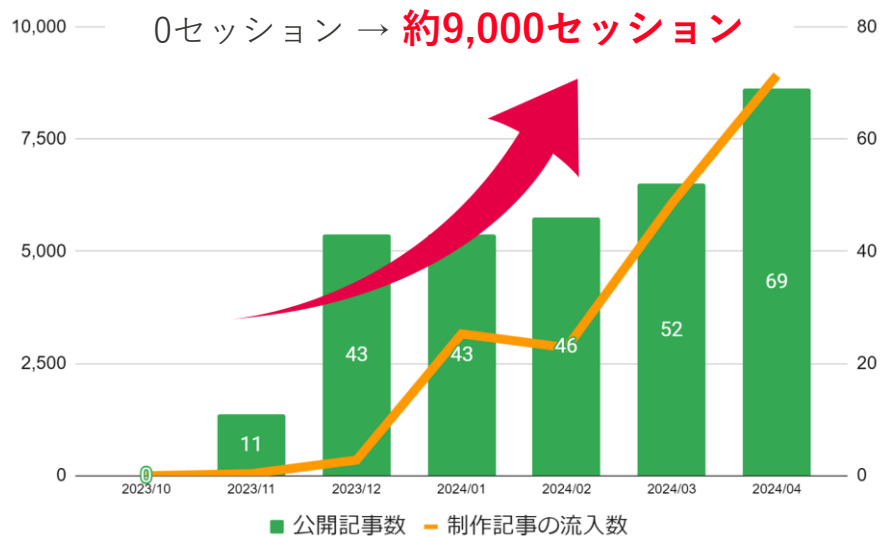
### ご相談の背景

はじめてコンテンツSEOに取り組むが、SEO的に有利な記事の作り方がわからずキーワードの決め方や記事の作り方がわからない。目標としているセッション数を獲得するための戦略から伴走してほしい。

### WACULが実施した施策

お客様の製品やサービスを基に、ターゲットを定めてキーワードの調査。競合サイトの獲得キーワードも参考に狙うべきキーワードをリスト化して69本の記事制作を実施。

### 実績



<効果検証期間>

2023年10月～2024年4月：7か月

効果検証の対象記事数：69記事

記事からのセッション数：0 → 約9,000まで上昇

検索意図ごとにキーワードのグルーピングを行い  
複数の検索キーワードで上位表示

効率よく自然検索流入を獲得することに成功

# 当社ソリューション

# 「AIアナリスト×勝ちパターン」によるマーケティングDXの戦略設計～伴走支援を実施

## サービス概要

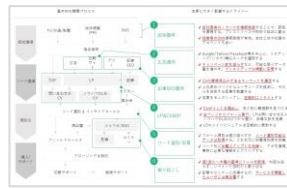
## 費用

### 特長

- **マーケティングDX戦略設計～具体的な施策方針**まで一気通貫でご提案・伴走支援
- AIアナリストによる**自社・類似サイトのデータ分析**を実施
- **39,000サイトの分析データを元にした当社「勝ちパターン」**に基づいた改善方針のご提案



AIアナリストを用いた  
自社・類似サイトのデータ分析



当社「勝ちパターン」に基づいた  
戦略設計・施策の優先度定義



各施策の具体的な  
改善方針の要件定義

### 実績

#### 業界業種/サイト規模を問わず多数の成果実績あり



AIアナリストを用いながらマーケティングDXの戦略・戦術設計を行い、月1回の定例会を中心に伴走支援いたします

初期費用	10万円
月額費用	30万円

#### 提供内容

「AIアナリスト」のツール利用・ツールサポート

定期報告 (四半期毎)	課題ヒアリング	
	目標設計	
	全体方針提示（ロードマップ）	
定例会 (毎月)	改善データソース	自社データ
		ベストプラクティス 類似サイトデータ
	状況把握	データの定点確認 (月次解釈)
		施策の進捗確認
	改善提案	改善施策（具体案）
効果検証	効果検証作成・解釈	
その他	質疑応答/相談	
	資料提出	

※ご契約期間は6ヶ月～をお願いしております  
※ご要望に応じて提供内容・月額費用のカスタマイズは可能です

広告運用のプロとCVR改善のプロがタッグを組み、ハイパフォーマンスな運用成果を実現

## サービス概要

## 費用

### 特長

### 高品質の広告運用×CVR改善で獲得効率を最大化

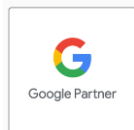


代理店出身の少数精鋭の  
プロによる広告運用



「勝ちパターン」に基づ  
いたサイトCVR改善

### Google広告 / Yahoo!広告 認定パートナー



### 実績

#### BtoBサービス

- ソリューション製品：**CPA 70%改善** (¥30,000 → ¥9,000 /月400万円)
- クラウド製品：**CPA 45%改善** (¥55,000 → ¥30,000 /月200万円)
- EC在庫管理ツール：**CPA 51%改善** (¥49,000 → ¥24,000 /月30万円)

#### BtoCサービス

- 家庭教師：**CPA 19%改善** (¥31,000 → ¥25,000 /月1,500万円)
- 人材紹介：**CPA 16%改善** (¥25,000 → ¥21,000 /月600万円)
- 塾：**CPA 72%改善** (¥143,804 → ¥40,498 /月60万円)

### 広告運用代行

広告の運用代行に加え、サイトCVR改善のご提案も費用内で対応いたします

初期費用	10万円
月額費用	媒体費の20% (下限10万円)

### セカンドオピニオンサービス

現状の広告運用状況に対して課題発見・改善提案の伴走支援を行います

月額費用	30万円～
------	-------

### インハウス支援

インハウスでの広告運用を実現するための伴走支援を行います

月額費用	150万円～
------	--------

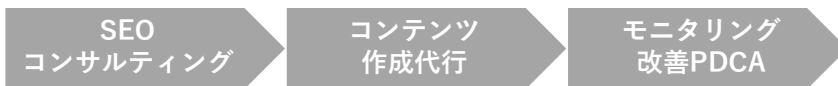
# CV獲得に特化したSEO対策を上流から下流までワンストップで支援

## サービス概要

## 費用

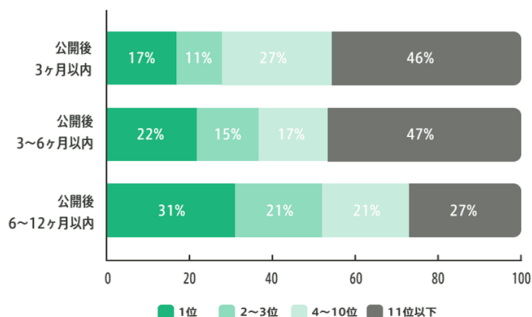
### 特長

- 当社オウンドメディア「AIアナリストブログ」の運営から得た知見を基に**CV獲得につながるSEO対策をご支援**
- 上流から下流まで**網羅的にSEOソリューション**をご用意
- サイト状況に合わせて**最適なプランをカスタマイズ**



- |   |   |  |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• SEO戦略立案</li> <li>• 競合サイト分析</li> <li>• 内部対策</li> <li>• 外部対策</li> <li>• キーワード選定</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 骨子作成</li> <li>• 記事本文作成</li> <li>• 監修者アサイン</li> <li>• 取材記事作成</li> <li>• ホワイトペーパー</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 月次定例会</li> <li>• 月次レポート作成</li> <li>• 記事管理シート作成</li> </ul> |
|---|---|--|

### 記事公開3ヶ月で55%が10位以内を獲得



### 実績

### 成果事例



- イーベイ・ジャパン株式会社
- 期間：2020/9~2021/4
- 記事数：32
- **セッション数：20 → 40,000**
- **CV数：0 → 76**

### SEO対策支援

サイトタイプに応じて最適なプランをご提案します

月額費用	30万円~
------	-------

### コンテンツ作成代行

SEO記事作成ではCV獲得につながるキーワード選定ではCV誘導定義まで行います

SEO記事作成	4万円~/本
取材記事作成	15万円~/本
ホワイトペーパー作成	40万円~/本

### モニタリング・改善PDCA

SEO対策実施後のデータモニタリングや記事運用をサポートいたします

定例会・レポート作成	5万円/月
記事管理シート作成	5万円

# 当社「勝ちパターン」に則った成果創出にフォーカスしたサイト・LPを制作

## サービス概要

## 費用

### 特長

- 39,000サイトの分析データを元にした**CVRの高いサイト・LPをスピーディーに構築**
- **マーケティング施策の「勝ちパターン」を熟知したディレクター**が要件定義・ワイヤーフレームの作成を実施
- 効率良く成果を出すために**CVインパクトのある箇所に絞った部分改修も対応可能**

### 実績

- SaaS系サービス：**CVR 126%改善** (1.96% → 2.46%)
- SaaS系サービス：**CVR 152%改善** (2.41% → 3.67%)
- 物流系サービス：**CVR 492%改善** (3.16% → 15.56%)



サービスサイト制作	都度お見積り (300万円～)
コーポレートサイト制作	都度お見積り (300万円～)
ECサイト構築	都度お見積り (500万円～)
LP制作	70万円/1P
オウンドメディア構築	150万円～
バナー制作	8万円/3サイズ
ページ部分改修	15万円～/1施策

※サイト制作は弊社提携の制作パートナーと協働でご支援させていただきますケースがございます

# WACULが厳選した即戦力マーケター/クリエイターをご紹介します

## サービス概要

## 対応可能領域

### 特長

上流～下流までマーケティングに精通した当社が精度高く最適な人材をご紹介します

1. 課題ヒアリング・業務分解を当社コンサルタントが実施し、必要なスキルを抽出
2. 当社コンサルタントが「スキル/実績/コミュニケーション能力」等の観点で**マーケター・クリエイターのスキル見極め**
3. **1ヶ月のトライアル期間**を設け、ミスマッチによるリスクを最小限に抑える

### 実績

デジタルマーケティング領域で100案件以上の稼働実績もあり継続率も高水準

導入企業数

**100社以上**

WACULの現役マーケターが担当。全体戦略設計もサポート

登録数

**500人以上**

デジタルマーケを2年以上の経験者のみ。書類選考と個別面談を実施

継続率

**96%以上**

スキルマッチを重視。厳選したマーケターをご紹介します。

### マーケター

戦略設計	全体戦略設計/予算策定/KPI設計/チーム設計
広告運用	予算戦略/媒体運用/ベンダーコントロール
SEO対策	オウンドメディア/ライターディレクション/内部対策
SNS	戦略設計/ガイドライン作成/運用
サイト改善	UIUX設計/CVR改善/アクセス解析
CRM	ツール選定/ベンダーコントロール/メールマーケ
EC	ショップ立ち上げ/モール対応
インサイドセールス	体制構築・改善/外注からの内製化/マーケ・営業部署連携

### クリエイター

ディレクション	サイトリニューアル・LP制作等のプロジェクト管理ベンダー・制作者コントロール/制作仕様設計
デザイン	サイト・LPのUIUXデザイン/広告・SNS用バナー制作
コーディング	新規・既存ページコーディング/HTMLメールコーディング

当社にとって情報資産（情報および情報システム等）は、Webサービス開発、コンサルティング業務及びそれに付帯する当社のビジネス活動において、利益を生み出していくための源泉でありかつ最も重要な資産でもある。また情報セキュリティ事故を未然に防止することは、社会的な責務である。当社は、情報セキュリティ上の脅威から情報資産を保護するために、情報資産を正確かつ安全に取り扱い、経営戦略に沿った情報セキュリティを実現するとともに、お客様の信頼に応えていくものとする。

1) 当社は、以下のセキュリティ目的を設定し、この目的を達成するための諸施策を確実に実施する。

#### セキュリティ目的

お客様との契約及び法的または規制要求事項を尊重し遵守する。

情報セキュリティ事故を未然に防止する。

情報セキュリティ上の脅威から情報資産を保護する。

2) 当社は、情報セキュリティに対する当社の取り組みに関する経営陣の意思を表明し、それに基づく主な行動指針を明確にすることにより、情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）を適切に構築・運用し、重要な情報資産の機密性、完全性、可用性の確保に努め、その有効性を継続的に確保する。

3) 当社は、ISMSの運営のために情報セキュリティ管理責任者と情報セキュリティ委員会を設置し、運用するために必要な組織体制を整備する。

4) 当社は取り扱うすべての重要な情報資産のリスクを受容可能な水準に保つため、リスクアセスメントに関する体系的な手順と評価基準を定め、リスクアセスメントに基づく適切なリスク対策を講じる。

5) 当社は、ISMSの維持向上のため全社員に対して定期的に教育を実施し、効果を測定する。

