

項目	説明	before(リニューアル前)	After(リニューアル後)	変化	結果
セッション数	アクセス人数(24時間以内)	464	1580	1116	※セッション数が3倍近く向上
ページビュー数	セッション数に対するのPV	1042	4938	3896.0	
訪問別ページビュー(平均)	セッション数に対するの平均PV率	2.25	3.13	0.9	※セッション数とともにページビュー率も向上
サイト直帰率	サイト直帰率	61.64	49.11	-12.5	
平均サイト滞在時間(秒)	サイト内の滞在時間	101	167	66.0	※ページビュー率に付随して滞在時間も向上
新規訪問セッション数	サイトへの初訪問者数	326	831	505	※新しくサイトを認知しているセッション数も2.5倍程向上
トラフィックサマリー	全てのセッション	464	1580		
・ノーリファラー	ダイレクトURL入力・お気に入りからのセッション数	44	186		
・参照元サイト	URLを通じて(HP・ブログなど)所定ページ経由のセッション数	58	267		
・検索エンジン	検索エンジン経由のセッション数	362	1126		検索エンジン経由でサイトに到達するセッションを3倍以上増やしている

【リニューアル前の状況】	
セッション数	非常に低い。1ヶ月換算すると1日15セッション前後と言う事が伺える。
ページビュー数	—
訪問別ページビュー(平均)	コンバージョンに繋げたいと言う場合、1セッションに対して3PV以上のPVは欲しい所なので、2.25ではコンバージョンに繋がりにくいサイトとは言えない。
サイト直帰率	アクセスした方が、そのサイト内に自分の求める情報との一貫性を感じれずに直ぐに閉じた率を直帰で表す。 (直帰率が61%の場合)1日15セッション中、9人程の方はそのサイトから直ぐに離脱している計算となり、実質的には毎日6人しかサイトを見てくれていない計算。
平均サイト滞在時間(秒)	短いよりも長い方が良いが、直帰率や平均PVの改善が図れれば自ずと向上する。
新規訪問セッション数	実際の店舗におけるレポート顧客の場合、店舗の新しい情報取得の為にサイトを訪れるので、どちらかと言うと既存顧客への情報提供サービスと言う部分が強いの。 反して新規セッションの場合は、これから受けてみたいサービスを探している場合が多い為、これらの層のお客様からのセッション数を増やす事がWEBで新規集客を実施する際のポイントとなる。
トラフィックサマリー	
・ノーリファラー(数)	レポートで訪れて欲しいようなサイト(物件検索など)や顧客来場型(会員・非会員)店舗等の場合は非常に重要となる数値。「何度も見るサイト→お気に入り→登録→だから定期的に見る」と言う顧客アクションを引き出しやすくなる
・参照元サイト(数)	他のブログや自分のホームページをWEB上で紹介してくれた方が増えた場合、この数値も向上する。
・検索エンジン(数)	人は何かの情報を探す際に検索エンジンを利用するという特性を考えた場合、検索エンジン経由→セッション数を増やす事は、集客・販売に繋げやすいと言う傾向が伺える。 これらはSEO対策のアクション等の効果測定としても参照できる数値となる。

【リニューアル後の状況】	
セッション数	約3倍近く向上している。1日の平均セッション数は50人程。
ページビュー数	—
訪問別ページビュー(平均)	1セッションの平均PV率が、コンバージョンに繋げる為に欲しいとされる3PV以上に改善された事により、滞在時間・総ページビュー数ともに良い傾向が伺える。
サイト直帰率	サイト直帰率が約10%以上減少。これにより1日50セッション中25人(平均)がしっかりサイトを確認できている状態に改善出来ている。リニューアル前の1日6人(平均)に比べると4倍以上のサイト認知向上に繋がっている。
平均サイト滞在時間(秒)	平均ページビュー向上の影響で、これまでよりも約1分間(60秒)訪問者がサイト内に滞在してくれるようになった。
新規訪問セッション数	これまでに比べ、約3倍以上の新規セッション数の上昇を実現できている。サイトの目的の大きな一つに新規集客がある事を考えると、3倍以上の向上はコンバージョン向上の為に非常に重要な改善である。
トラフィックサマリー	
・ノーリファラー	サイト内の情報が常に新しいものになる為に、レポート来場してくれる方の数(お気に入り登録)が非常に向上した。
・参照元サイト	ブログをカスタマイズする事で、ブロガー→ホームページを認知する方の数も非常に向上した。
・検索エンジン	検索上位に位置するキーワードが複数個になった事、所定のキーワードでの順位が向上した事で、検索エンジン経由の新規セッション数が3倍程向上した。