

大規模サイト向け SEO ツール GinzaMetrics の SEO 関連のデータを BI ツールで統合し社内全体で活用 ソニーネットワークコミュニケーションズ社事例

概要：

Ginzamarkets 株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：レイ・グリセルファーバー）が提供する大規模サイト向け SEO ツール『GinzaMetrics』を、ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：十時裕樹、以下 ソニーネットワークコミュニケーションズ様）に導入いただいております。今回、GinzaMetrics の SEO 関連データを BI ツールで統合した活用事例についてインタビューさせていただき、7 月 15 日に公開いたしました。

<http://www.ginzametrics.jp/blog/sonynetwork-case>

インタビュー内容：

個人向け、法人向けに幅広くインターネットサービスを提供するソニーネットワークコミュニケーションズ様に、社内でのデータ活用推進のお取り組みについてお話を伺いました。インタビューにご協力頂いたのは、ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社カスタマーコミュニケーション部門 CX デザイン部データマネジメント課の澤村様です。同部門は、デジタルテクノロジーを活用し、顧客接点、顧客体験の価値を創り出すことをミッションに取り組んでいらっしゃいます。



<ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社カスタマーコミュニケーション部門 CX デザイン部 データマネジメント課 澤村様>

SEO 関連データを社内データと連携させて可視化

ソニーネットワークコミュニケーションズ様は、多くの事業部、多くのサービスを運営されていま

すが、こういった形でデータを活用されていらっしゃいますか？

「当社では個人向け、法人向けに複数のサービスを各事業部が提供していますが、私が所属するカスタマーコミュニケーション部門 CX デザイン部 データマネジメント課では、全てのサービスのデジタルマーケティングに関連するデータを統括しています。そして、各事業部で必要なデータを、事業部内で活用しやすい形に集計や加工をして提供しています。各事業部内では、事業部のマネージャー、ウェブサイト企画、広告担当、デザイナーやディレクター、システム担当者など幅広いメンバーがデータを活用しています。

具体的には、GinzaMetrics が提供するような SEO 関連のデータ、アクセス解析、AB テストの結果、サードパーティデータなどのウェブ関連のデータと、売上、CRM、会員属性等の社内データを、BI ツール「DOMO」を使って集約しています。それまでは、データの鮮度や一元性を保てないという課題があったため、データの活用促進を目的に DOMO を導入し、GinzaMetrics などの各ツールと連携して活用できるようにしました。」



<ISP 事業を中心に個人向け、法人向けに幅広くサービス、ソリューションを提供>

検索順位などは、SEO が事業に直結する企業でも、SEO 担当以外の方に興味を持ってもらうことに苦労している会社が多いように思いますが、御社は幅広い方に SEO のデータが活用されているようです。こういった工夫をされたのでしょうか？

「SEO 関連のデータだけでは、SEO に直接携わるウェブサイトの担当者以外は、やはり関心が強くないと思います。当社の場合は、売上や CRM のデータ等、ビジネスに直結する社内データと、SEO などデジタルマーケティング関連のデータをまとめて BI ツール上で見られるようにしたため、SEO にも関心を強めてもらえたと思います。GinzaMetrics は API を提供してくれているので BI ツールと連携しやすくて助かりました。

また、5、6 年ほど前から、定期的に社内向けの勉強会やメルマガなどを通じて、ノウハウや事例といったナレッジの共有を行っています。例えば、GinzaMetrics でも検索順位や想定流入数などのデータが表示されますが、そのデータは良い状況を示しているのか悪い状況を示しているのか、あるいはその変化にこういった要素が影響しているのかを判断するには、SEO やデジタルマーケティング

グの基礎的な知識が必要になります。そういった必要な知識やノウハウ、事例を、勉強会や社外から講師を招いてのレクチャー、定期的なメルマガなどを通じて啓発しています。」

実施できる施策の幅が広がり、スピードが上がった

社内データ、社外データの集約といったシステムインフラ整備と、データ活用のためのナレッジ共有の組み合わせで、データ活用が進んでいったわけですね。社内での取り組みに変化は感じますか？

「まず、何よりデータ活用して業務判断をするメンバーが増えました。昔は SEO 関連のデータは、ウェブサイト担当以外は、それほど活用されることはなかったと思いますが、最近は、制作担当などからも、SEO 関連のデータについて要望が出るようになりました。その他のデータも同様にそれまで見ていなかった担当者が活用しています。

また、データを多くのメンバーが活用するようになり、施策が迅速に行えるようになりました。これまでは実現しづらかった施策も、データ起点で議論されるようになり、課題や成果が共有しやすくなったためだと思います。

SEO に関しては、検索市場や競合の状況も踏まえた意思決定が行いやすくなりました。例えば、契約件数等の社内データだけから判断するのではなく、市場の検索ボリュームの推移や、競合が SEO に注力している等といった自社以外のデータが可視化されることで、状況をより正確に把握し、その後の投資判断をよりの確にすることができるようになりました。こういった事業判断や施策は、ウェブサイト担当だけでは行いづらいですが、データが広く活用されることで、実施されるようになってきています。」

確かに、今の SEO はウェブサイト担当のテクニックだけでは成果が出しづらく、一方で、事業全体で取り組むことで成果が出るようになっていていると感じます。そういった取り組みが行いやすくなっているのは、大きなアドバンテージですね。



<社内で広くデータ活用できるようにすることで施策の幅が広がり、スピードが上がった>

報道関係各位
プレスリリース



Ginzamarkets 株式会社

GinzaMetrics と BI ツールの使い分け方

GinzaMetrics の活用方法について、もう少しお話いただけますか？

「GinzaMetrics のデータは、API を通じて BI ツールで見るデータと、GinzaMetrics のダッシュボード上で見るデータに分けています。

BI ツール上では、サイトの状況を SEO 以外のデータを併せて俯瞰的に把握する際のひとつの指標として SEO 関連のデータを大きめの粒度で活用しています。

そして SEO に関する状況把握を行う時や、より深掘りした具体的なアクションに近いデータを見たい時には、GinzaMetrics のダッシュボード上でデータを見るようにしています。具体的には、自社や競合他社の順位や想定流入数などを中心にしています。

GinzaMetrics 上のダッシュボードは、用途に応じて作成して使っています。また、自動で定期的にメールレポートが送られてくるのも助かっています。アラートの機能ももうすぐリリースされると聞き、期待しています。」



<GinzaMetrics のデータを GinzaMetrics のダッシュボードと BI ツールで使い分けて活用>

GinzaMetrics を積極的に活用していただき、ありがとうございます。GinzaMetrics の今後の開発の参考にさせていただきたいのですが、御社は今後、データ活用に関して、こういった取り組みを進めていかれるのでしょうか？

「これまでの取り組みで、データが社内でも広く普及し、各メンバーが事業や業務の判断にデータを活用するようになりました。この取り組みを継続していくことで、社内に更にデータや知見が溜まっていきます。今後の展望のひとつとして、蓄積したデータから予測データを算出する機械学習なども組み込み、意思決定の精度を高めつつ、人は、顧客のインサイトや新たなサービス、施策等に注力するといったスタイルを発展させていきたいと考えています。」

報道関係各位
プレスリリース



Ginzamarkets 株式会社

まとめ

今回は、ソニーネットワークコミュニケーションズ様にデジタルマーケティングでのデータ活用についてインタビューをさせていただきました。要点は以下の通りとなります。

- ・SEO やアクセス解析などウェブデータを売上、CRM、会員データなどの社内データと連携させて活用できるようにしたことで社外データの重要度が高まった。
- ・データを活用するためのベースになる知識やノウハウを継続的に共有し続けたことでデータ活用度が高まった。
- ・幅広いメンバーに SEO 関連のデータが活用されるようになり、実施できる施策の幅が広がり、スピードも高まった。
- ・GinzaMetrics のデータは、BI ツール上では俯瞰的なデータ中心に活用し、GinzaMetrics 上ではSEO の施策に近い深掘りしたデータを活用している。
- ・今後は、積極的に機械学習などを取り込み、担当者の意思決定の判断基準・情報確度・スピードを高度化していく方針。

データ活用に関して非常に参考になるお話をお聞かせいただき、ありがとうございます。

Ginzamarkets 株式会社について

アメリカ・サンフランシスコに本拠を置くスタートアップで、大規模サイト向け SEO ツール GinzaMetrics を開発／販売しています。GinzaMetrics は世界 65 カ国以上に対応し、グローバル企業、大手 EC サイト、メディアサイト、リードジェネレーションサイト、代理店等で利用されています。アメリカで最も注目されるスタートアップ特化ベンチャーキャピタルである YCombinator のプログラムに参加（2010 年夏）し、資金提供を受けています。

社名：Ginzamarkets（ギンザマーケット）株式会社

代表：代表取締役社長 レイ・グリセルフーパー

所在地：〒105-0022 東京都港区海岸 1-2-3 汐留芝離宮ビルディング 21F

設立：2010 年 5 月（アメリカ法人）

事業内容：マーケティング SaaS の GinzaMetrics

URL：http://ginzametrics.jp/



本リリースに関するお問い合わせ

Ginzamarkets 株式会社 担当：野口

E-mail：hello-jp@ginzametrics.com

以上