What is Long Tail LPO ?

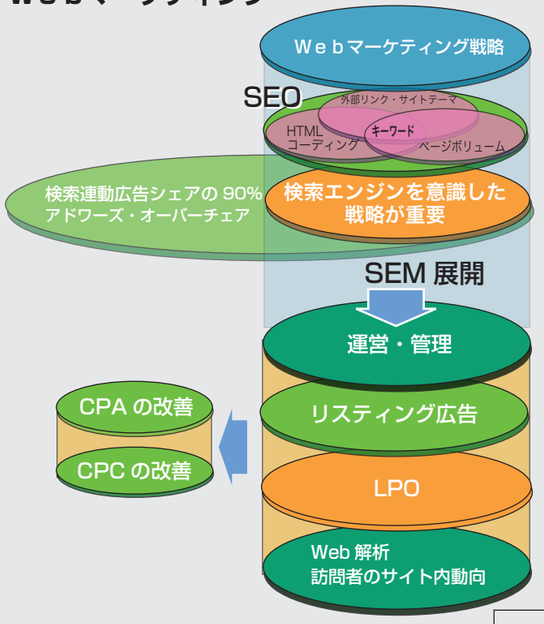
2007 年 2 月 23 日

中山　司
E-MAIL tsukasa@awareness.jp

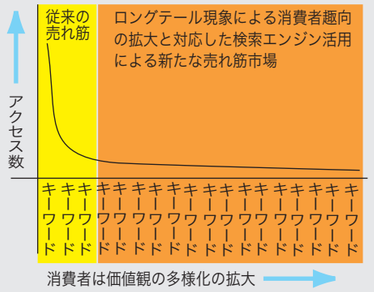
ブランド・プロデュース　アウエアネス
AWARENESS

SEO は検索エンジンに対して Web サイト全体を最適化し、検索エンジン経由のアクセス数を増やす仕組み。
LPO はサイト内に存在する大量のページから誘導したいランディングページだけを選んで訪問者に最適化する仕組み。

Ｗｅｂマーケティング



ロングテール化現象
（顧客趣向の多様化によって発生）



問題
ターゲットにベネフィットするキーワードの増大

作業工数の増大（人件費増大）
作業時間の増大
コストパフォーマンスの悪化

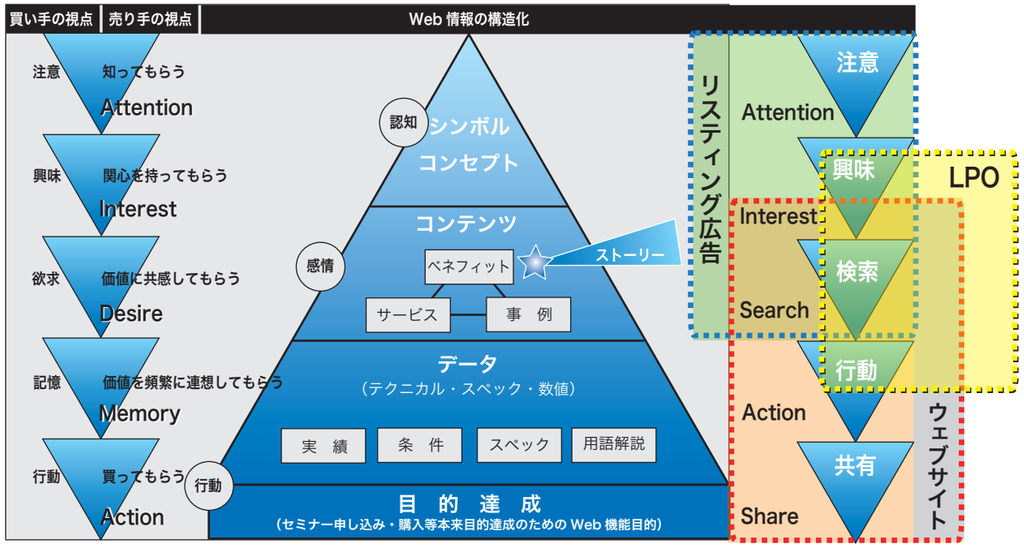
消費者ニーズに対応しなければならない

コンバージョン率改善の評価基準（コスト）
ＣＰＣ：Cost Per Crick(クリック単価)
広告費 / 総クリック数
ＣＰＡ：Cost Per Acquistion(顧客獲得単価)
広告費 / 総獲得人数
両方の数値が低いほどその企業は効率的な
プロモーションが出来ていると言える

検索エンジン経由の平均コンバージョン率

2004MarketingSherpa(n=5,000)

顧客行動	集客経路	手　法	コンバージョン率
無料登録	検索エンジン経由	検索結果　（非最適化ページ）	4.10%
		検索結果　（最適化ページ）	6.10%
		検索結果平均	4.40%
		検索連動広告	3.90%
商品購入	検索エンジン経由	検索結果　（非最適化ページ）	1.99%
		検索結果　（最適化ページ）	1.38%

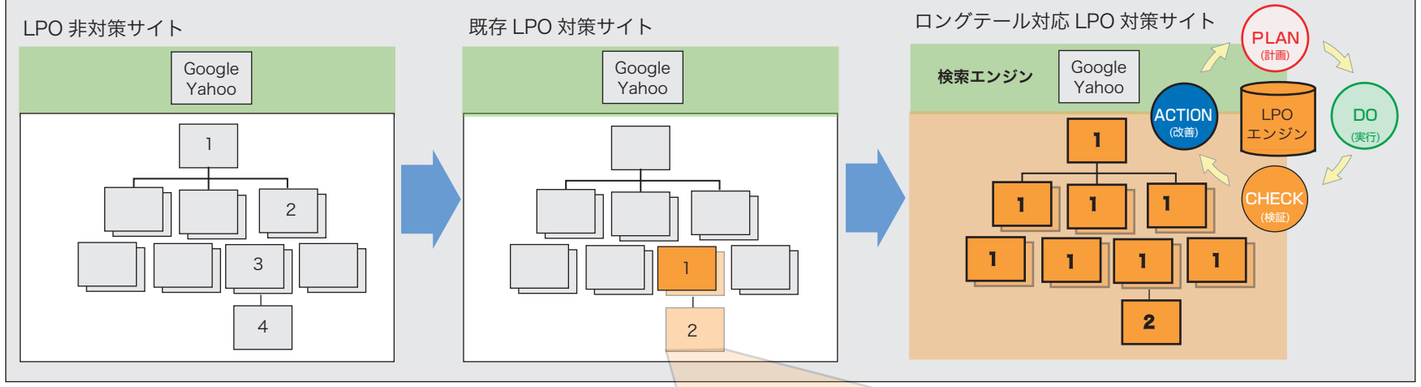


ロングテール対応 LPO の影響効果

LPOを使って顧客のニーズ(興味)にあったランディングページを表示させ、より成果を上げるサイト最適化をすることが可能です。キーワードにあったクリエイティブの組み替えによる表示･施策が可能となり、今まで勘に頼っていたクリエイティブ制作から検証データを元にした制作を実施することが可能です。そして、その影響力はWebマーケティングの中心的な位置に大きく影響を与えます。

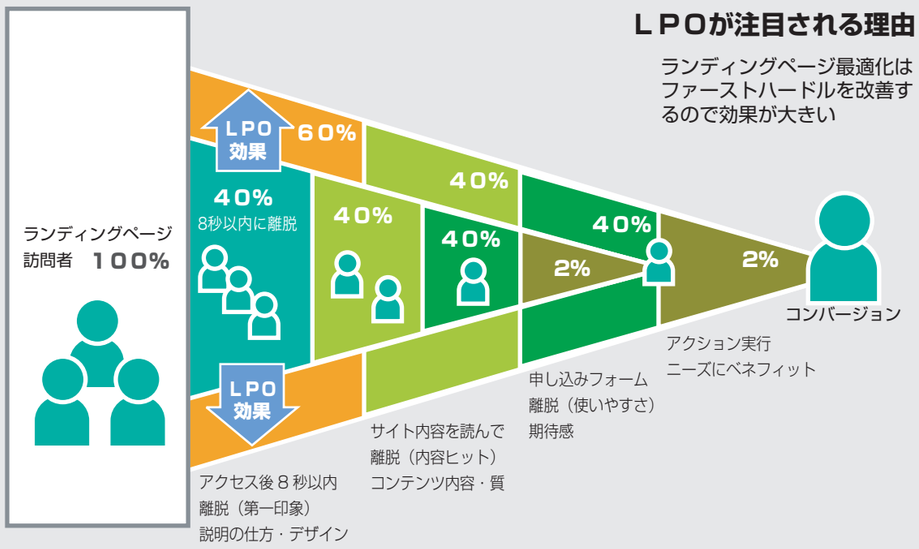
アクセスログ解析による直帰率･滞在時間･サイト内導線等のデータを見て問題点を抽出し、しっかり把握した上で、サイト内ページ構成･クリエイティブ･デザイン等ユーザビリティを考慮し、論理的にサイト全体を成果につなげる改善をすることが重要です。

コンバージョン率アップの顧客誘導フロー



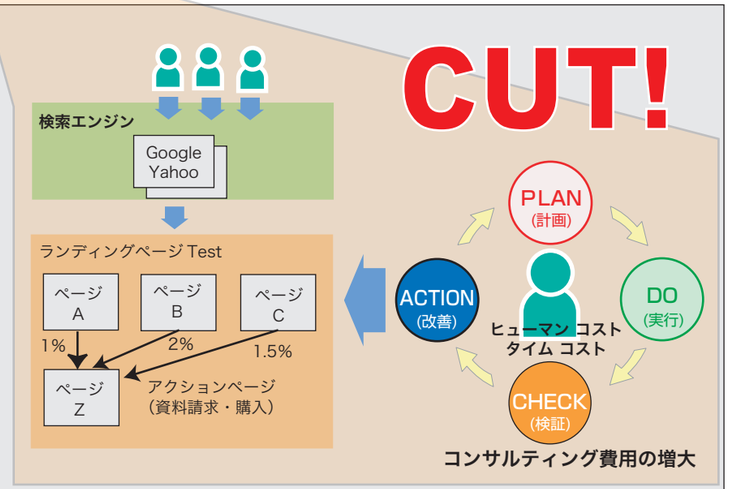
ＬＰＯが注目される理由

ランディングページ最適化は
ファーストハードルを改善す
るので効果が大きい



ロングテール対応 LPO の特徴

既存の LPO 製品の特徴としては、複数のランディングページから A/B テストを実施する「複数ランディングページ型」と、１つのページ内のクリエイティブ枠を動的表示する「固定ランディングページ多変量解析型」の２つに大別されます。
いづれのタイプも従来の PDCA スキームに基づきながら経験やノウハウに裏打ちされた工程を必要としますが、そもそもユーザーニーズのロングテール化は我々マーケッターの仮説を超越しつつあります。
本件 LPO システムではサーチエンジンの技術を応用してサイト内のドキュメントページを全てデータベース化することによって候補ランディングページの母数を確保します。
数百、数千の候補ランディングページ群は、キーワード単位での A/B テストによって自動で絞り込まれるので、人力での PDCA サイクルでは想像できない程の最適化が実現できます。
また LPO 導入工程においても特殊な経験やノウハウを必要とせずクローラ (ページ取得プログラム) とインデクスサ (全ページとキーワードを紐付る DB) が自動で初期設定を完遂しますので、他製品では有り得ない短納期でサービス提供が可能です。



※LPO（Landing Page Optimization) サイト訪問者が最初に到着するページ（ランディングページ）を最適化し、目的のページへの誘導、途中離脱などの無駄を抑えてコンバージョン率を高める仕組み

〒104-0028 東京都中央区八重洲2-11-2 7F　ナレッジコラボ事業協同組合内　ブランド・プロデュース アウエアネス　PHONE　03-3272-2814 FAX 03-3516-1442

Copyright (C) 2007 AWARENESS All right reserved