

都内の婦人科病院の実際の例になります(2014年01月16日作成、MPA 砂川)

●計測期間(google アナリティクスによる)

2013年11月04日から、2014年01月16日

●2013年09月から開始して09月、10月は

- ・マーケットリサーチ、戦略プランニング
- ・サーバ見直し、HP修正、計測準備、スマホ対策HP作成
- ・SEO対策、広告戦略、広告設定、キーワード選定、広告文作成
- ・メディア戦略準備作成

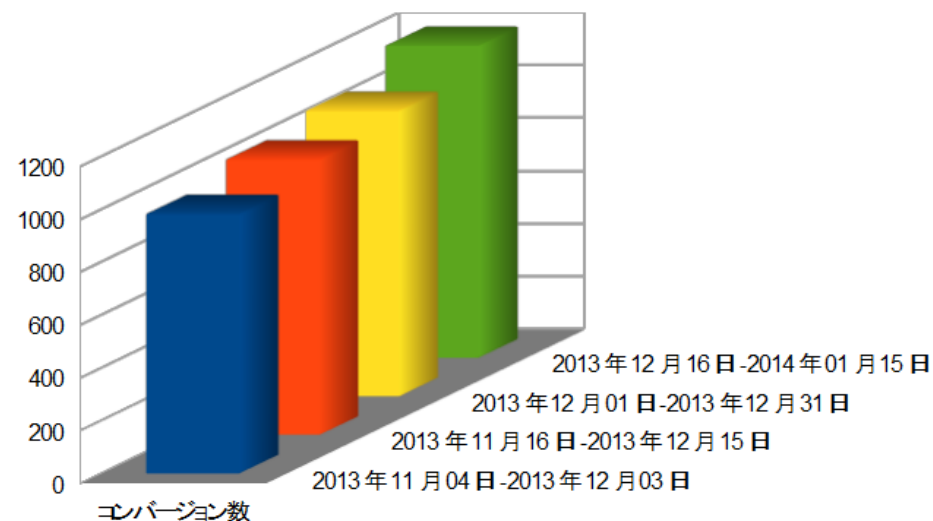
●2013年11月より、広告開始(同時に計測開始)、メディア開始

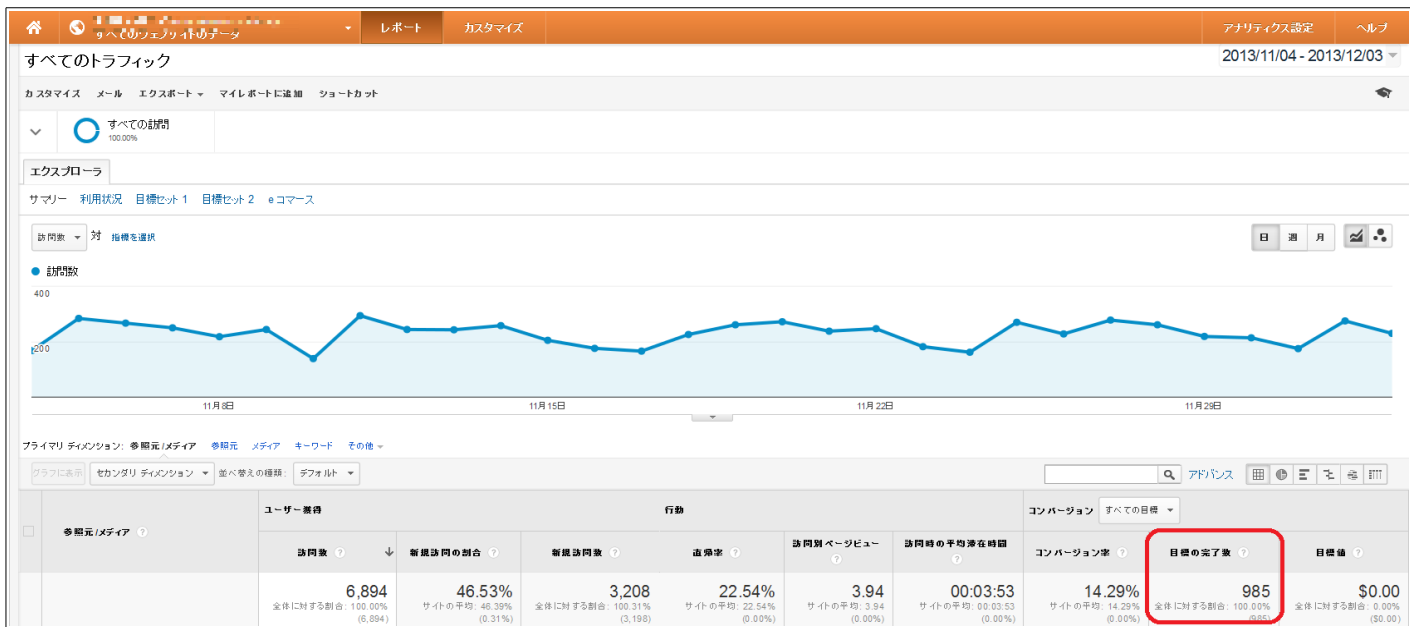
- ・広告開始、広告調整開始
- ・12月よりメディア戦略開始

●結果、2013年11月時とくらべて、2月半で、  
1か月間で予約者数約200名のプラスになりました。  
(ユニークユーザで重複なし)

※コンバージョン数とは  
HP(ホームページ)から、患者様が予約申し込みを  
行った数をコンバージョン数といいます。

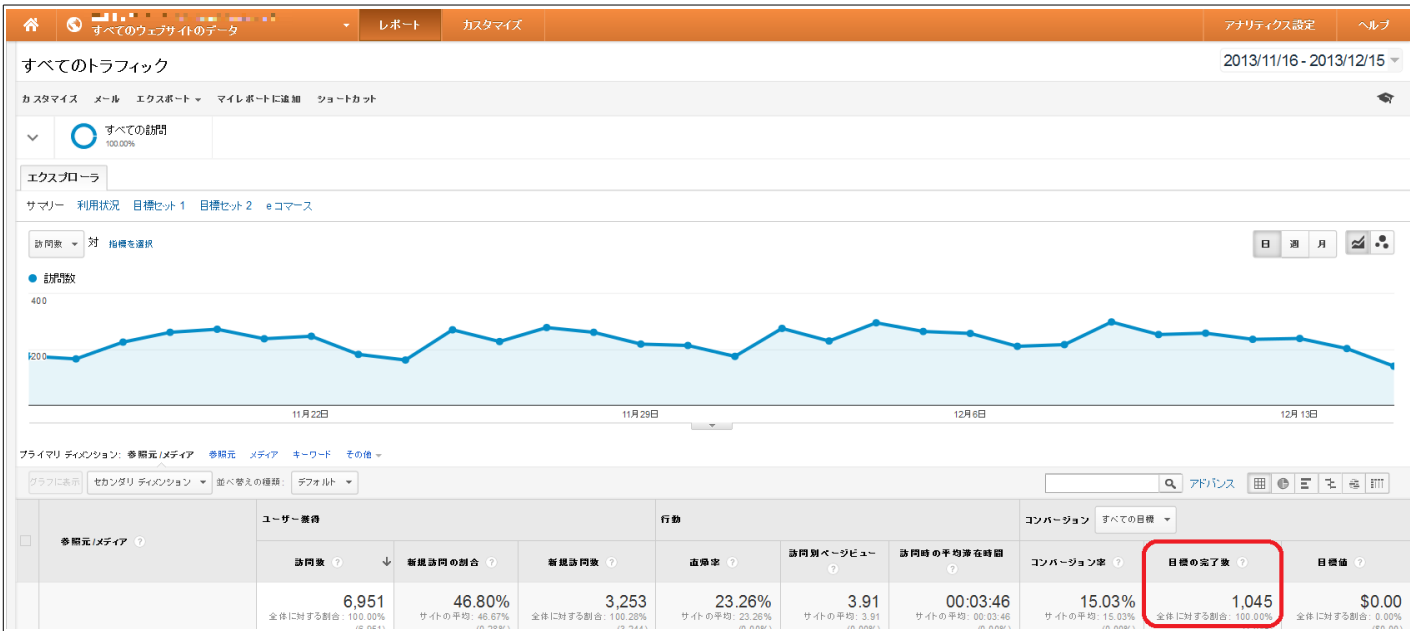
期間	コンバージョン数	前回からの増加率
2013年11月04日-2013年12月03日	985	
2013年11月16日-2013年12月15日	1045	6.09
2013年12月01日-2013年12月31日	1083	3.64
2013年12月16日-2014年01月15日	1184	9.33





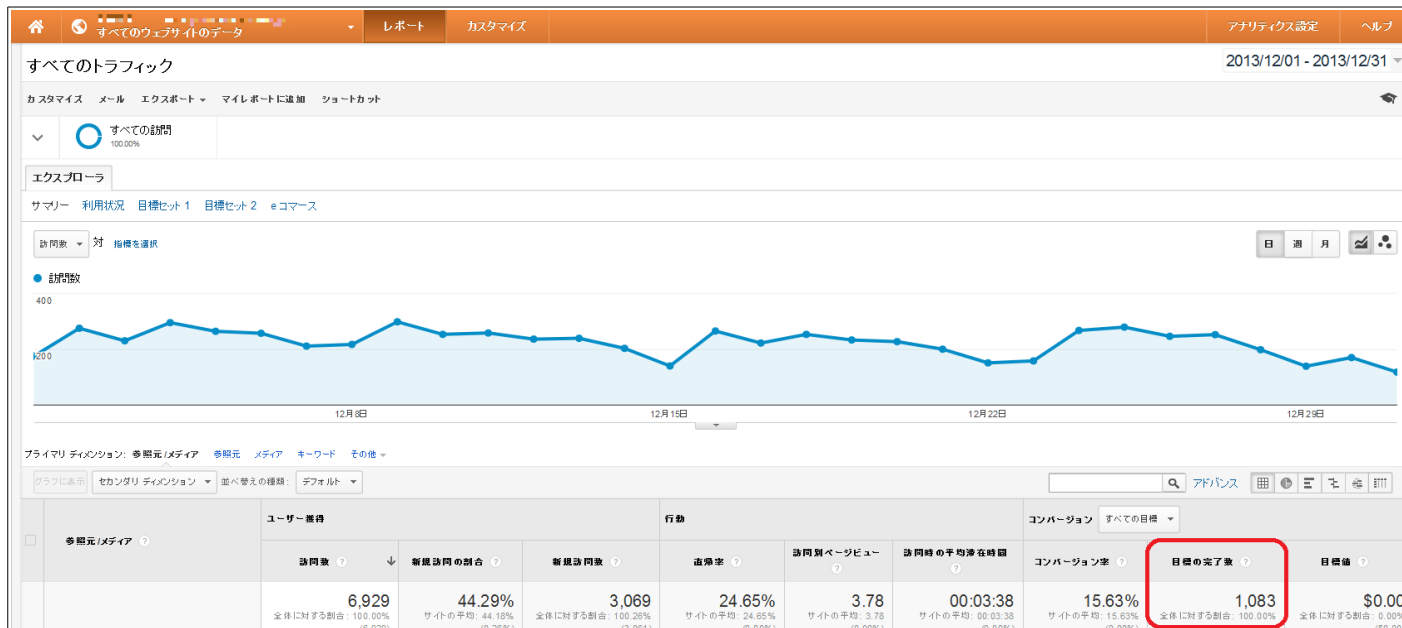
期間 2013年11月04日～2013年12月03日  
計測開始  
コンバージョン数(予約申し込み) 985名

Google アナリティクス キャプチャ画像



期間 2013年11月16日～2013年12月15日  
コンバージョン数(予約申し込み) 1045名

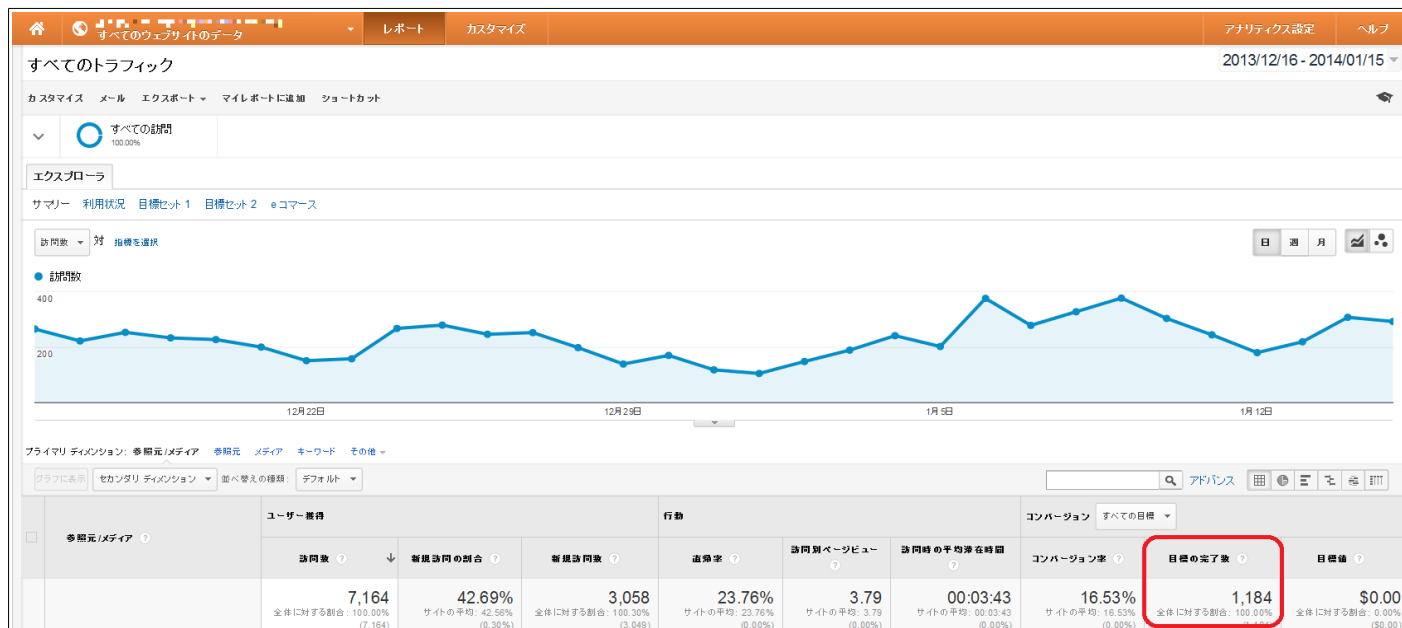
Google アナリティクス キャプチャ画像



期間 2013年12月01日～2013年12月31日

コンバージョン数(予約申し込み) 1083名

Google アナリティクス キャプチャ画像



期間 2013年12月16日～2014年01月15日

コンバージョン数(予約申し込み) 1184名

Google アナリティクス キャプチャ画像

メディア戦略の影響がでてきて、後半アクセス数が上がってきています。