

顧客体験分析プラットフォーム
Contentsquareのご紹介

日本代理店

DearOne

従来の分析を超えて
これまでになく顧客体験の理解へ

“オンライン体験の時代”をリードする分析サービス

Contentsquareのご紹介

- 顧客が「なぜ」そのような行動をとるのかを理解
- デジタルサービスが提供する体験の質を計測
- データからのインサイトに基づいた意思決定

デジタルマーケティングの顧客体験分析プラットフォームの世界的リーダー

■企業概要



2012年設立

パリで設立
日本法人は2022年4月～



従業員1,800名

パリ、ロンドン、ニューヨーク、ミュンヘン、サンフランシスコ、テルアビブ、東京、シンガポールなど、世界16拠点



500名の開発チーム

研究開発・製品において30件以上の特許取得



パートナー250社以上

世界でテクノロジーパートナー100社に加え、150社のソリューションパートナーと提携

■堅固なデータプライバシー&セキュリティ



GDPR & CCPA
準拠



ISO 27701
認定



ISO 27001
認定



Soc 2 Type 2
準拠

■1,000社を超える導入実績 《日本国内の導入企業例》

eコマース

Oisix

Japanet

Q'SAI

GDO



COLE HAAN

金融



KINTO

製造/通信

HITACHI
Inspire the Next

CASIO So-net

不動産/人材



RECRUIT
リクルート 住まいカンパニー

テンパスタッフ
by PERSOL

トラベル/美容

Rakuten Travel

エステティック
TBC

MUSEE PLATINUM
ミュゼプラチナム

顧客目線でデジタル体験の“Why”と“What”を分析

行動データ・体験データの捕捉

行動 (“デジタルボディランゲージ”)



クリック



スクロール



キーボード



タップ



スワイプ



スクロール

体験



不満/不安
(フラストレーションス
コア)



ローディング
(表示速度)



エラー

成果



ページビュー



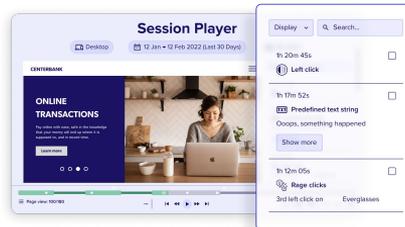
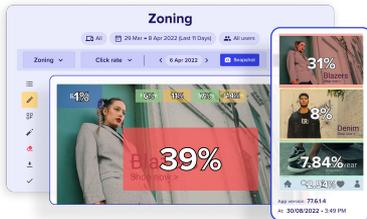
直帰



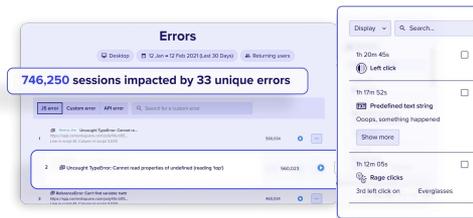
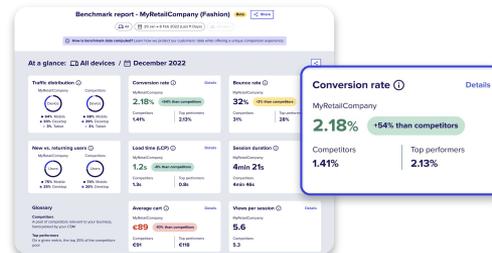
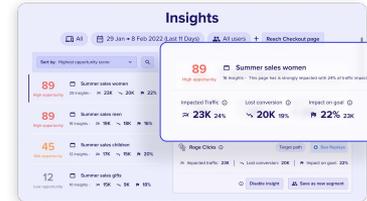
離脱



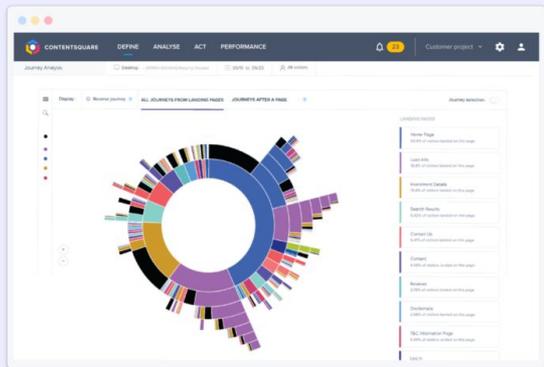
直感的・定量的に可視化



アクションにつながるインサイト発見

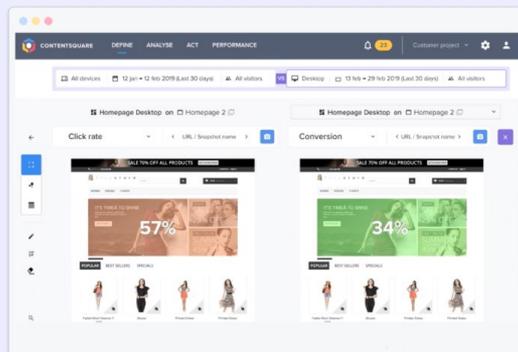


お客様行動の“なぜ”を深掘する主要分析機能



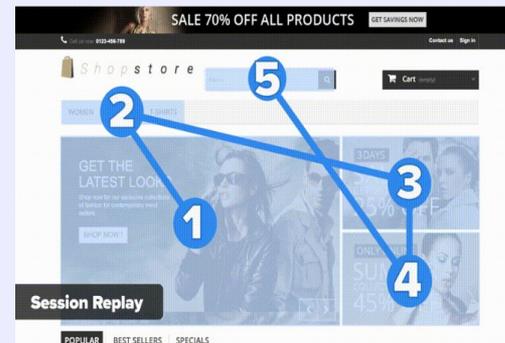
ジャーニー分析

サイト訪問から離脱まで、訪問者がサイト内を移動する様子をページ別に可視化。
ユーザージャーニーにおける問題点や改善点が数分足らずで見つかります。



ゾーニング分析

Webサイト上の各要素が訪問者に与えている影響を可視化。
Webサイトで顧客の目標達成（コンバージョン）に貢献しているコンテンツや阻害要因を把握できます。



セッションリプレイ

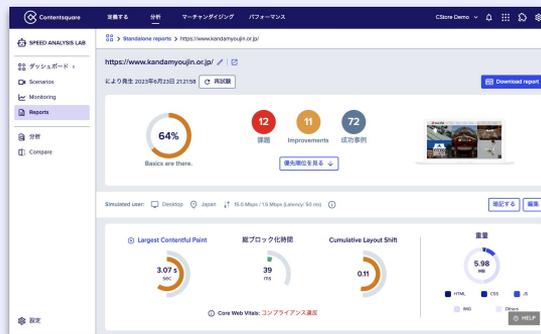
訪問者ごとのWebサイト上での操作手順を可視化。
訪問者の動きを通じて、どこで何が起きているかを正確に把握することができます。

お客様体験の裏側をモニタリング



エラー分析

顧客体験をエラーで台無しにすることがないように、カスタマージャーニーに加え、**コンバージョンに影響を及ぼす不満やエラーを特定**。すばやく問題を解決することで、収益やリードの損失リスクを抑制します。



スピード分析

仮想環境からのスピードテストとリアルユーザーモニタリングを掛け合わせたWebサイトのパフォーマンス分析。**Webサイトのスピードにあらゆる角度から対処**し、顧客に最高のパフォーマンスを提供することができます。



インパクト分析

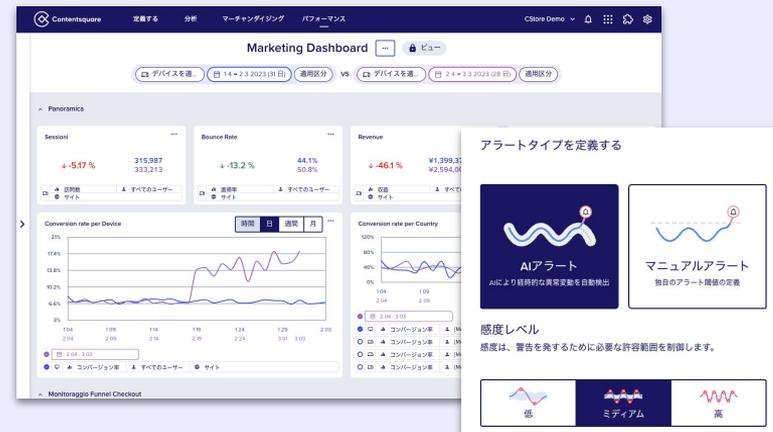
顧客からの苦情、サイトのパフォーマンス、ページ上の顧客体験が、**コンバージョン率や収益などビジネスに与える影響を定量化**。対応すべき課題を優先順位付けすることができます。

AIドリブンの顧客体験分析



CSインサイト

AIによるフラストレーションのスコアリングで、Webサイト上の最も重要な問題を先回りして特定。ビジネスへの影響度によって改善作業の優先順位を決めるのに役立ちます。



ワークスペース

カスタマイズ可能なダッシュボードとAIベースの異常検知アラートでチャンスや問題点を漏れなく把握。まるで、専属の分析チームがアシストしてくれるような感覚です。

クロスチャネル/組織横断の顧客体験分析



行動データ・体験データの捕捉

行動 ("デジタルボディランゲージ")



体験



成果



直感的・定量的に可視化



アクションにつながるインサイト



マーケティング



広告



商品



システム/IT

One Platform | 統合顧客体験分析プラットフォーム

Analytics for Everyone
~データ/分析の民主化~

ソリューション連携 | 100+のテクノロジーパートナー

Tag Management



Google Tag Manager

Contact Center



Personalization & A/B testing



KIBO



CDP



Cloud



Marketing Automation



Voice of Customer



BI



Web Analytics



主なユースケース

	利用シーン	課題・問い	分析・示唆
1	流入チャンネルの分析	流入経路の違いによりユーザ行動にはどのような特性があるか？	流入経路ごとの最適なLPの選択及びパフォーマンス評価
2	LPの最適化	流入経路の違いにより、適切なLP及びそのレイアウトはどのようなものになるか？直帰率は改善可能か？	流入経路に合わせたLPの選択及びページレイアウト・コンテンツの最適化、それによる直帰率の改善
3	ナビゲーションの最適化	ユーザは回遊を始めるにあたって、検索を利用するか、ナビゲーションを利用するか、コンテンツを直接クリックするか？それらの機能は適切に働いているか？	ユーザにとって重要な回遊経路の発見及びナビゲーションのレイアウトの最適化
4	適切な回遊経路	CVRにつながる“最適経路”はどのようなものか？回遊の違いによって、各ページとのコミュニケーションがどのように変化するか？離脱につながる回遊は存在するか？	各回遊経路における重要なページやコンテンツの発見。離脱もしくは購入に繋がる回遊経路の発見
5	CVR 要因/阻害要因の発見	CVRを促進または阻害する要因はどのようなものがあるか？	ページにおけるCVRを促進/阻害するコンテンツ・要素の発見。CVRユーザと非CVRユーザのページとのコミュニケーションの定量的な把握。
6	申し込み/資料請求率の向上	ユーザはどんな理由で申し込み/資料請求を躊躇うか？	申し込み/資料請求を躊躇う要因はページ内に存在するか？また、回遊の途中で申し込み/資料請求を動機付け、または、阻害する要因はあるか？
7	フォームの最適化	フォームはユーザにとってわかりやすく、入力にストレスが発生し離脱するようなことは発生していないか？	ユーザの離脱を引き起こすような要素はフォーム上に存在していないか？外部の利用においてもデータは取得できているか？
8	セルフサービスの強化	ユーザはマイページやFAQでどのように操作しているか？サイト内の動線で苦痛を感じるポイントがないか？	ユーザが自社が想定したとおり、配置したコンテンツを見て、アクションが取れるかの分析と改善に向けた示唆の提示

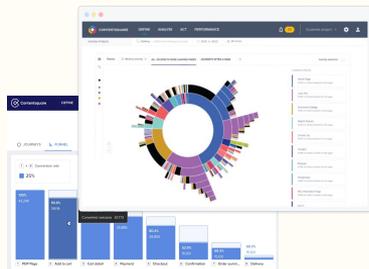
顧客体験分析でCVRを大幅改善

アフターデジタルの時代において、86%の消費者は不満を2回感じるとブランドを離れてしまいます。最小単位の顧客体験データを自動収集、AIを活用し離脱原因を迅速に特定、失われている機会損失を改善。分析チームに頼らず自身でデータを根拠にした迅速な課題発見/UX改善を行うことができます。

コンテンツのパフォーマンス分析



カスタマージャーニー分析

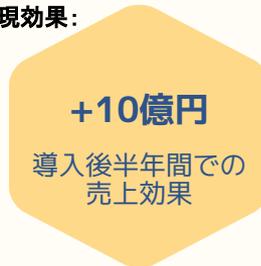


コンテンツの収益貢献計測

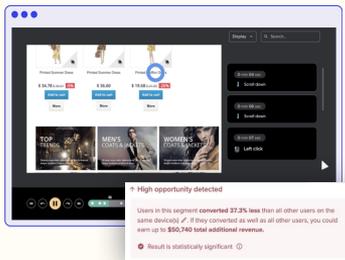
AIによる問題体験の発見と機会損失の定量化

カスタマーサービスへのVOCの定量化

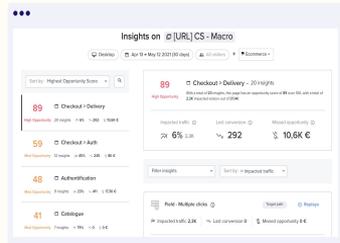
実現効果:



顧客体験再現と定量化



AIによる課題発見と機会損失分析



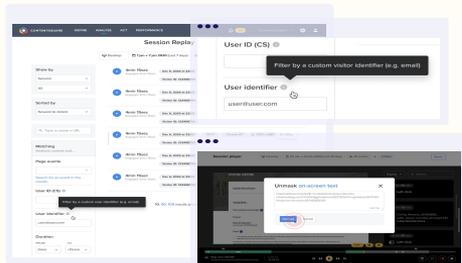
導入企業例:



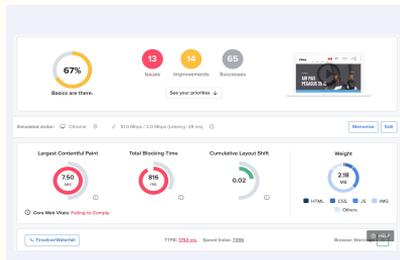
エラー/表示スピード起因の機会損失を定量化

モバイルサイトの読み込みに3秒以上かかると訪問者の半数が離脱し、その結果、顧客との関係性の悪化/多大な機会損失が生じます。Googleのコアウェブバイタルの指標とビジネスKPIを紐付けて分析/改善をしていくことで今まで見過ごされがちであったパフォーマンスが原因の離脱を可視化/インサイトの提供をします。

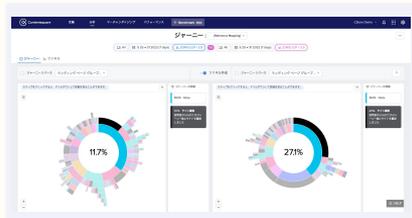
セッションリプレイ/エラー分析



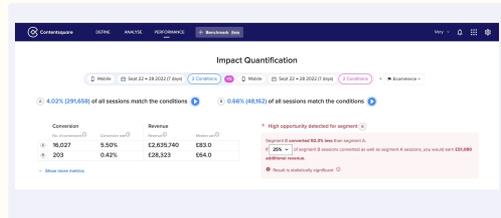
サイトスピード分析



リアルユーザーモニタリング ※



機会損失分析



エラーを早急発見、セッションリプレイ(動画再現機能)にて問題箇所を特定



パフォーマンスとUXの問題点を特定し機会損失を定量化



リアルタイムモニタリングによる迅速な問題解決

実現効果:

+3,750万円

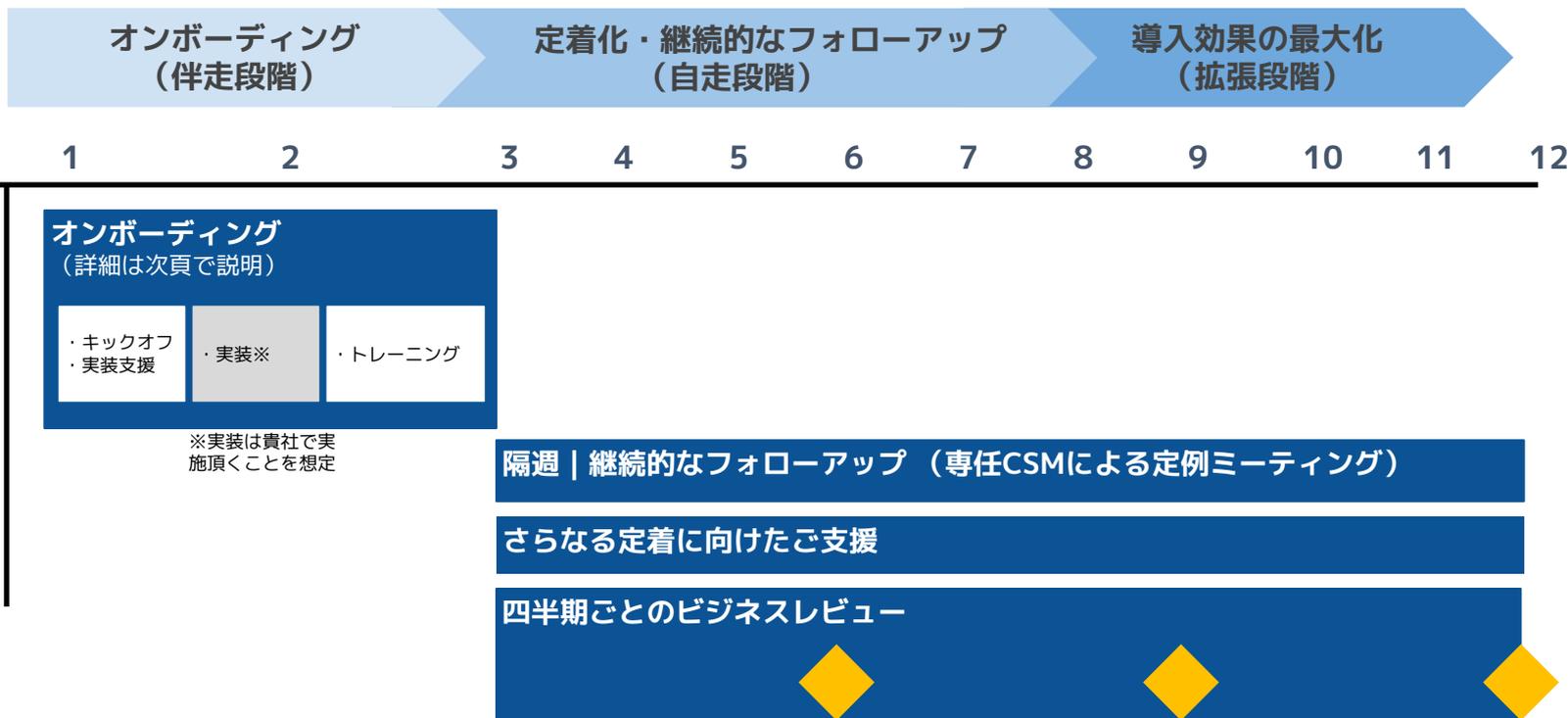
読み込み時間秒改善後の収益増(年間)

導入企業例:



※ユーザーが実際に体験したページ速度をモニタリング

導入/料金の考え方



年間の流れ

オンボーディング
(詳細は次頁で説明)

- ・キックオフ
- ・実装支援
- ・実装※
- ・トレーニング

※実装は貴社で実施頂くことを想定

隔週 | 継続的なフォローアップ (専任CSMによる定例ミーティング)

さらなる定着に向けたご支援

四半期ごとのビジネスレビュー

**Contentsquareを通して、貴社のビジネスゴールを達成できるよう
伴走・フォローさせていただきます。**



特に重要な
実践型トレーニング

DearOne
Contentsquare

貴社

3ヶ月以降の内容

準備

キックオフ
成功基準の整合を確認



実装支援
技術的なセットアップの説明



実装

Use Case
Alignment
利用ケースとビジネスゴールの
整合性を確認



学習

基礎トレーニング、Q&A、
理解度確認
2時間



マッピング
1時間



適用



WS#1: 貴社課題1
2時間

ユースケースの
取組



WS#2: 貴社課題2
2時間

ユースケースの
取組



WS#3: 貴社課題3
2時間

ユースケースの
取組



必要に応じ
追加MTG

隔週のお打ち合わせ
30分

ユースケースへの取組

戦略的計画目標に関するCSMの継続的なサポート

☆ご参考 | 上記点線内は、3ヶ月間のオンボーディング以降のご支援内容となります。

DearOneとContentsquareの顧客サクセスチームで 統合的なご支援を提供いたします。



専任顧客サクセス

Contentsquareを戦略的に活用するための継続的なご支援

導入研修

チームを活性化させるためのハンズオン型ワークショップ

サポートチーム

トラブルシューティングをサポートするテクニカルカスタマーサポート
(チケット制)

実装支援担当

タグの導入と統合管理を支援する技術サービス

分析支援担当

より深いレベルのインサイトとベンチマーキング

ご要望やユースケースに応じた必要とされる機能/サービスを設計し、個別で御見積をさせていただきます。

	ご提供サービス	料金
 Contentsquare ライセンス	<ul style="list-style-type: none">Contentsquareのライセンス販売支払い方法、契約期間等、契約条件に柔軟に対応	<ul style="list-style-type: none">基本料金 PV数のボリューム、ご利用されるチャンネル（Web/アプリ）に応じて決定追加料金 ご利用されるオプション機能に応じて決定
 導入支援	<ul style="list-style-type: none">ユースケースとビジネスゴールの設定セットアップのサポートオンボーディング/定着化のレクチャー	<ul style="list-style-type: none">ご支援内容に応じて個別で御見積
 運用支援	<ul style="list-style-type: none">Contentsquare専属のアナリストによるQAサポート定期的なレビュー会や活用事例のご案内継続的な分析、レポート等	<ul style="list-style-type: none">ご支援内容に応じて個別で御見積

Contentsquare導入のご相談はDearOneまで

株式会社DearOneはNTTドコモグループの販促・CRM領域の戦略子会社です。CDP、アナリティクス、カスタマーエンゲージメントの各種マーケティングツールを取扱い、アプリやECサイトなどのデジタルプロダクトのグロースを支援する、グロースマーケティング事業を展開しております。

[お問い合わせはこちら](#)

デジタルは、人をつなぐ。

DearOne