

# プロとして 成長する気づきがある 森野コラム 2015 (抜粋版)

～森野コラムを読めば、  
激動の時代のテクノロジーの変化や、必要なスキルが見えてくる～

ウェブ担当者通信

<http://webtan-tsushin.com/>

本書の内容の一部または全部を無断で複写・複製・転載・テープ化・ファイルに落とすことを禁じます。

## もくじ

■ テクノロジー編 .....	3
Google アナリティクスを追いかけるためのオススメサイトなど。2015/01/13 .....	3
オレもう Amazon から逃げ切れる気がしないわ・・・。2015/04/21 .....	4
臨機応変に清濁併せ呑む。2015/06/16.....	6
SSL は使用上の注意をよく読み、用法・用量を守って正しくお使いください。。2015/06/23.....	7
WordPress 4.3 に更新する人に知っておいてほしいこと。2015/08/25 .....	9
Googlebot のご機嫌を損ねてないですか？。2015/09/01 .....	9
iOS9 の広告(コンテンツ)ブロックが目まぐるしく変化している件。2015/09/29.....	11
今の問題はグズグズ言わずにやる、先の問題はじっくり考える。2015/12/01.....	11
■ プロになる・スキルアップ編 .....	14
自分のコラムを振り返って思うのは、積み重ねが一番楽だということ。 2015/02/03 .....	14

↑ 抜粋版では、ここまで掲載しています。↑

プロ意識を身につけるためにオススメしたい本。 2015/02/17	16
結果を出してから言いたいことを言う。それがルールです。 2015/03/03	18
楽しいことを楽しいと言うだけでつながることができる時代 2015/03/10	19
気持ちを切り替えて次・・・は無いかもしれない。2015/03/31	20
評価されるから成長するし、成長するから評価される。2015/04/28	21
佐藤寿人に学ぶ思考の整理学。2015/05/19	22
自分は歴史という川の上流にいるのか下流にいるのかを意識してみる。2015/06/09	24
あなたが思うほどあなたは他人に気にされていませんのでご安心ください。2015/06/30	25
結果が出ないのは努力が足りないか、向いてないか。2015/07/14	27
「量のない質はない」ってその通りだと思う。2015/07/21	27
セオリーは全ての場合に当てはまるわけじゃないから、たまには忘れることも大切。2015/08/04	27
どうやっても皆さんにお伝えできないことってあるんです。2015/08/11	29
書いてみて気づいたけどいつも同じことを言っている。それだけ大切だということにしておこうw 2015/09/08	30
変わったように見えない変わり方をしよう。2015/10/06	30
「和を以て貴しとなす」の意味をしっかりと考えたい。2015/10/13	31
マインドセットが今までと同じで、売上だけが上がるなんてことはない。2015/10/20	32
悔しかったら泣く前にやることがあるはず。2015/10/27	33
「愚かなパンタカ」という話を知ってますか？ 2015/11/10	34
まずプロであること。そして認め合うこと。2015/11/17	34
■ キャリア編	36
人生は二択です。自分で決めるか他人に決められるか。2015/01/06	36

40代、男性、IT関連、フリーランス。それだけでしかない。 2015/02/24	38
環境が人を変える、と言いますが。2015/07/28	39
もうそろそろ、いい加減なことを発信するのやめませんか？2015/09/15	40
自分の評価は他人がする。評価されないのは自分の責任。2015/12/08	40
<b>■ 情報収集スキル編</b>	42
知ったつもりになるのなら、知らない方が良くも知れない。 2015/02/10	42
ざっくり言うことができる人は理解の速度も成長も早い。2015/04/07	43
知らないことは刺激的で新鮮だけど、誰にとっても刺激があるわけじゃない。2015/05/12	43
まず点を増やすこと。線と面にするには自分次第。2015/12/15	44
<b>■ マーケティング・イノベーション編</b>	46
空いている席があれば座ればいい。 2015/01/20	46
高杉晋作と広島カープの共通点とは？ 2015/03/17	46
ルールの成り立ちを知らないとルールが理解できない。2015/03/24	47
無用の用。2015/04/14	49
売れる理由を考える暇があったら面白いものを作った方がいい。2015/05/26	50
OKBって日経金融機関ランキング調査で4位だったのか。2015/06/02	50
面倒なことを面倒と思ったら、その仕事は向いていないかも。2015/09/22	52
リアルorネットという不毛な話。2015/11/25	52
<b>■ 課題解決編</b>	54
特殊な状況を自分で発生させて満足しないように。2015/01/27	54
<b>■ 気晴らし</b>	55
今月から森野コラムが月に1回となります。2015/07/07	55
ことわざで説明するストレス発散法 2015/11/03	56
<b>■ 2015年のまとめ</b>	57
ウェブ担当者通信が厳選！2015年に絶対チェックしておきたい20記事。2015/12/22	57

## ■ テクノロジー編

### Google アナリティクスを追いかけるためのおススメサイトなど。

2015/01/13

優先度: ◎ - Google アナリティクスに追いつきたい人へ

#### ▼【速報！】Google アナリティクスの集客メニューが激変！ | 運営堂

<http://goo.gl/frk7Sz>

いきなり来ましたね～。配置が変わっただけで中身が変わってないのが救いですが、キーワードの扱いがかなり悪くなって AdWords が優遇されております。お前ら広告出せよ、って言われている感がありますね(笑)。

さて、今回はこんな急な変化があっても焦らないように、Google アナリティクスの変化を追うためのおススメサイトなどを紹介します。ここだけ見ていれば他のサイトは見なくてもいいです。

---

#### □ 何と言っても GA フォーラムのニュースとメルマガ

---

##### ▼GA フォーラム | Google アナリティクスの情報サイト | ニュース・ブログ

<http://goo.gl/wJDY7y>

##### ▼週刊 GA フォーラム メルマガ受付

<http://goo.gl/aTDSvO>

Google アナリティクスを毎日ゴリゴリ使っていない限りはこれだけで問題ないでしょう。サイトを見るのが面倒な人はメルマガだけでも OK です。Google アナリティクスというツールだけで週間のメルマガになるほどのネタがあるってのもスゴイです。

さらに、こちらのメルマガの良い点は紹介されているサイトの質が良いということです。アクセス解析や Google アナリティクス関連での著書も多い衣袋氏が選んだ記事しか載ってませんので安心して読むことができます。

アフィリエイトさんなどが Google アナリティクスの記事を書いていて、検索すると引っかかってくることが多いですが、実際に検証していなかったりどこかのパクりだったりすることも多いので、参考にならないことが多いです。これを自力で検証してできなくてまた調べて・・・ってのはとっても疲れますからね。

---

#### □ プロの方は Google アナリティクスの Google+ページを

---

##### ▼Google Analytics - Google+

<http://goo.gl/Wp16t9>

本当にプロ向けです。ウェブ担当者の方には不要。日本の公式ブログなどは滅多に更新されませんので、公式発表はここをチェックするのが一番です。

---

#### □ Twitter で 4 人フォロー

---

##### ▼いちしま泰樹氏

<http://goo.gl/EKRRwb>

##### ▼衣袋宏美氏

<http://goo.gl/06ZkfS>

##### ▼吉田喜彦氏

<http://goo.gl/1ZCo5o>

▼森野誠之(私です)

<http://goo.gl/H9u36z>

私が日頃 Twitter を見ていて Google アナリティクスの変化に気づくのは紹介したアカウントからがほとんどです。この4人だけのリストを作ってたま〜に見てみるのもいいでしょう。

---

## □ Google アナリティクス情報を集めすぎないのが大切

---

Twitter で紹介した方々(自分もいますが・・・)は Google アナリティクスの関連著書、記事も多いので、そこで書かれていることをじっくり読んでみるが正しい知識を得るための第一歩だと思います。

信頼できる情報源からの情報を頼りにして、そこからたどっていけば目的とするものに行きつくと思いますので、安易に検索しないで信頼できるサイトをしっかり見てみてください。

今年も Google アナリティクスはどんどん変わっていきそうです。

**オレもう Amazon から逃げ切れる気がしないわ・・・。** 2015/04/21

優先度: ◎ -危機感のかけらもない人へ

▼結婚式場も Amazon で予約 — 完全定額制の3プライスで挙式販売を開始、挙式までをタブレットでサポート | Shopping Tribe

<http://goo.gl/3mu4gR>

---

## □ 結婚式をネットで買う人なんているの？

---

「ワールドブライダルストア」では、ビーチリゾートでの挙式プランを完全定額制の3プライスで展開。費用や準備の負担を理由に挙式をしていない「なし婚」や、再婚、シニア婚を検討している人などを主なターゲットとして想定し、見づらい挙式総額を明確にしたシンプルなプランで提供する。

価格は35万円・50万円・65万円を用意し、挙式・ヘアメイク・衣装費用のほか、値段によってフォトアルバムやDVDもセットにする。挙式以外には15万円のフォトプランも用意した。

地域や会場、スタイルから式場を探すことも可能で、海外挙式は、ハワイ・グアム・オーストラリア、国内は沖縄の式場を用意した。

この記事を読むと「Amazonは相変わらず何でもやるな〜」と思いますよね。

結婚式場って、そこまで足を運んで、試食したり試着したり模擬結婚式を見たりと情報をたくさん集めてから決めるイメージがあるのに、ネットで決める人いるの？という疑問が浮かぶはず。

本当に Amazon さんはよく分かりません。

つい最近ではこんなのもありましたし。

▼Amazon、日用品をワンプッシュで補給できるハードウェア、Dash Button をリリース | TechCrunch Japan

<http://goo.gl/J9vHNg>

こうして対岸の火事というか、自分には関係のないことだと思っただけのんびりしていると、あっという間に自分の商売が終わってしまうかもしれません。

---

## □ 1年ぐらい前に同じようなことがあった

---

1年ぐらい前のこの記事を読んでいる人は少ないでしょう。

▼「アマゾンで中古車を購入」は根付くか | 自動車 | 東洋経済オンライン | 新世代リーダーのためのビジネスサイト

<http://goo.gl/H6ONMY>

記事にはこう書かれています。。

現状、中古車販売では「カーセンサーnet」（リクルート）、「Goo-net」（プロトコーポレーション）と2大紹介サイトに存在感があるものの、両サイトはあくまでもネットの顧客を販売店へ誘導するのみ。楽天やヤフーなどでネット販売も行われているが、諸経費が含まれていなかったり、在庫状況がリアルタイムに反映されていなかったりするほか、多くは商談の窓口としての利用にとどまっている。

業界全体で見ると、中古車のネット販売は広がっているとはいえない状況だ。そもそも、1台1台状態が違う上に、さまざまな手続きが必要な中古車のネットで販売するのは難しい、というのが業界内での見方だった。

そりゃそうですね。

上に書いた結婚式場と同じで見て買うもの、というイメージがありますから。私も懐疑的でした。

では、その後の流れはどうなったのでしょうか？

---

## □ 1年前の非常識が今の常識になっていた

---

このニュースがあってから自動車のネット販売を注目しておりましたので、どうなったかを記事を紹介しながら見ていきましょう。

半年後にこれ。

▼プロトコーポレーションと中古車情報提供で業務提携、楽天オークション | ネットショップ担当者フォーラム

<http://goo.gl/Z4n5hb>

その2か月にこれ。

▼「ヤフオク！」でリアルオークション会場の中古車を販売 | ECモール | 通販通信 | 通販業界の全てが見える情報サイト | 通販最新ニュース

<http://goo.gl/xVCdnh>

今年の3月にはこれ。

▼ガリバー、中古車のオンライン販売強化へ…Yahoo!ショッピングで4月から | レスポンス

<http://goo.gl/QNWXom>

▼パーク24も中古車のネット販売に参入、カーシェアリング「タイムズカープラス」などの車両を展開 | ネットショップ担当者フォーラム

<http://goo.gl/rOjuh2>

そして中古車をAmazonで販売してから10か月後にはこれ。

▼BMWが電気自動車をアマゾンで売るワケ | 自動車 | 東洋経済オンライン | 新世代リーダーのためのビジネスサイト

<http://goo.gl/SMr7G8>

どう見ても車のネット販売が進んでいるようにしか見えません。

今まで売れないと思われていたものがネットで売れてしまう時代です。

---

## □ 今の常識は疑った方がいい

---

この流れを見ておきながら、うちの商売はネットに向いてないと思う人は相当のんびりしているか、相当高い参入障壁を持っているか、諦めた、のどれかでしょう。

今は今で頑張らないといけません。  
しかし、その今が続くには未来を見ておかないといけません。  
あり得ないことを考えて、それに備えて初めて未来が見えてきます。

先週の記事にも書いたように無駄なことが選択肢になります。  
逃げ道と言ってもいいでしょう。  
なんとなくヤバそうだと感じた時のために逃げ道を作っておいてくださいね。

こんな企業もありますから。  
▼「**ドイツソーが来たたらすぐに逃げる**」という発想は見習いたい | [cpainvestor.com](http://cpainvestor.com)  
<http://goo.gl/o6cshc>

**臨機応変に清濁併せ呑む。** 2015/06/16

優先度: ◎ -状況を考えることが苦手な人へ

▼**業務を変えたビッグデータ - [事例 2] 神戸製鋼所、200 万件以上のデータを整理「分析前に勝負は決まる」**: ITpro  
<http://goo.gl/PtVQrs>

A と B どっちがいいですか? と聞いた時に「場合による」って答えられるとイラッとしてますよね。  
こっちは 0 か 1 かで聞いているんだからどっちか答えんかい! と思うからです。

とはいっても世の中そんなにスッキリさっぱり別れることって少ないです。

今回はスッキリしない理由を書いてみます。

---

## □ データはきれいなものが良いに決まっている

---

冒頭の記事にはこう書かれています。

ビッグデータを業務に生かす取り組みでは「分析前に勝負は決まる」。データが分析できる状態になっていなければ、業務に貢献できないからだ。

神戸製鋼所の林高弘 IT 企画部長は「分析ツールを導入する際の事前準備が、データ分析の成否を分ける」と語る。実際に、200 万件以上のデータを入念に調べ上げて整理し直した。

200 万件のデータをきれいにしているとはすごい。  
不眠不休で 1 秒に 1 件処理して 23 日もかかる量です。

私も大きめのデータを扱ったことがありますがこのクリーニングの作業ってとても大切で、ここがいい加減だとそこから出てくるデータは何の信頼性もないゴミでしかありません。

ですので、データは出所のはっきりしたきれいなデータを使う。これが基本。

---

## □ データは多少汚くても意思決定ができれば問題ない

---

▼[見つけ次第更新] リファラースпамリスト Google Analytics - NAVER まとめ  
<http://goo.gl/78fV6B>

皆さんがお困りであろう Google アナリティクスのリファラースпам。

これについて詳しくは説明しませんが、これってイタチごっこなんですよ。しかもフィルタをかけても反映されるのはそれ以降なので過去のデータは変わりません。セグメントをかけるのが一番確実です。

で、セグメントをかけるとサンプリング(データが間引かれること)が発生するので、こっちはこっちで精度が落ちてしまう・・・という悩みもあるでしょう。

じゃあどうするか？

答えは「気にしない。」「汚いまま使う。」

サンプリングが発生するのはデータ量が多い時なのでリファラースпамの影響は無視しても良いからです(これも場合によるでしょうけど)。

サンプリングが発生しない時はどうするの？

この場合はセグメントしてそのまま使えばいいですし、アクセス自体が少ない可能性もあるので集客に力を入れないといけません。

気にするのはリファラースпамではなくてサイトへの流入数なわけです。

このように汚いデータも問題ない時ってあるんですよ。

---

## □ 最も効率的なのは何もしないこと

---

これを知らない人って意外と多いような。

効率化の話をするとスキルを上げるとか外注化するとかマニュアル化するって話が出てきますが、その前にやらないことを考えた方が早いです。

その前提でどうしても仕方なくやらないといけなくなった時にどの方法を選ぶのか？

こう考えることで最も効率的な方法が見えてくるわけです。

企業全体の意思決定に関わって、なおかつ今後も継続的にデータを出すとすればチマチマきれいにするのが長い目で見れば効率的でしょう。

Web サイトの状況だけ知りたいのであればリファラースпамを無視する方が楽でしょう。

置かれた状況を考えて臨機応変に判断しましょうね。

**SSL は使用上の注意をよく読み、用法・用量を守って正しくお使いください。。**

2015/06/23

優先度: ◎ -状況を考えることが苦手な人へ

---

## □ 考えよう

---

SSL 対応した方が SEO に良い、これ自体は間違いではありません。

しかし、劇的な効果があるわけでもないですし、SSL 対応すると順位が下がることもありますし、実際にそうってしまった Web サイトを見たこともあります。また、SEO の目的だけで導入するものではありません。

なんでこんなことになってしまうんでしょうね？

答えは簡単「何も考えていないから」です。

「何も考えていない」と言ってしまうと言い過ぎなので「正しいかどうかを考えていない」とすれば良いでしょうか。

物事をうまく進ませるには、上手く進むために何をするかを考えるかと、上手く進まない理由を取り除くことです。どちらか片方だけではダメです。両方やること。

これをやれば上手くいく、なんてことはないですから。

---

## □ 調べよう

---

SSL 対応する場合は、この 2 ページを必ず見ておきましょう。

▼HTTPS でサイトを保護 - Search Console ヘルプ

<https://goo.gl/EylB8E>

▼URL の変更を伴うサイト移転 - Search Console ヘルプ

<https://goo.gl/phbYuP>

HTTP→HTTPS の変更はドメイン自体はそのままなので URL の変更が無いように思いますが、HTTP と HTTPS は別物なので URL 変更に該当します。これを知らない人が意外と多いです。

それ以外にも「HTTPS / TLS を使用する際によくある誤り」に書かれていることは起こり得ることなので事前に読んでおいて、自分の Web サイトの場合はどうなのかを詳しい人に確認しておきたいところです。

ここを読んでも具体的にはどういったことなのか、というのは分かりづらいですからね。

---

## □ やってみよう

---

▼当 Blog を SSL 対応させたので手順や修正が必要になった点などをまとめ | WWW WATCH

<https://goo.gl/XufMXX>

自分でやる、ということではなくて、実際にやってみた人の情報を集める、ということです。この記事に加えてこちらを読んでおきたいです。

▼ブログの完全 HTTPS 化を完了、HTTP から HTTPS への移行プロセスを共有 | 海外 SEO 情報ブログ

<https://goo.gl/62Dre2>

この 2 記事を読んでみて意味が分からなかった人は SSL 対応しない方がいいですね。もしくは理解できる人に頼むかです。

このあたりは見逃しがちなので制作している人に確認しないと怖いです。

それ以外で外部から読み込んでいて問題になったものには下記があります。  
YouTube の動画埋め込み (古いもの)  
Flickr から画像を読み込んでいたもの (古いもの)  
Amazon から読み込んでいた画像  
ソーシャルボタンの読み込み  
コメントシステム (Livefyre)  
アフィリエイトバナー (A8 さんとかバリューコマースさんとか)  
すごい昔の記事で読み込んでた外部リソース

〇〇をする、と聞くと行動に移すことだと思っている人が多いですが、そうではなくて「やってみようと思う」ことが行動の第一歩です。だから調べることも〇〇をするに含まれます。

---

## □ まとめ

---

熱が出た時に百草丸を飲んででも良くなりませんし、激しい二日酔いだからと言って液キャベを10本飲んででも気持ちが悪くなるだけです。

何かをする時は、使用上の注意をよく読み、用法・用量を守って正しくお使いください。

**WordPress 4.3 に更新する人に知っておいてほしいこと。** 2015/08/25  
優先度: ◎ - WordPress を使っている人へ。

▼WP Multibyte Patch 2.4 | EastCoder;  
<http://goo.gl/uq37QU>

WordPress 4.3 へ更新を行う方へ

本バージョンには投稿リンク挿入機能に関連する wplink.js を含むいくつかの重要な互換性の修正が含まれています。WordPress 4.3 へ更新を行う場合は、必ず WP Multibyte Patch 2.4 の更新もあわせて行ってください。

何も考えずにバージョンアップしていないでしょうか？  
こうして大切な情報がサラッと出されていますので、見ておかないと大変なことになります。

導入しておしまいサービスなんてほとんどないので、自分で調べるか、こうした情報を発信している人をフォローしておきましょうね。

**Googlebot のご機嫌を損ねてないですか？** 2015/09/01  
優先度: ◎ - サーバーやドメインに詳しくない人へ

---

## □ 皆さん、Googlebot ってご存知ですか？

---

Googlebot は Google が新しく作っている犬型のロボットで、実際のペットのように話しかけると、それについての検索結果を教えてくれるロボットです。スマホの音声入力よりも親しみがありますよね。

・・・うそです、スミマセン。

Googlebot は世界中の Web サイトを巡回しているクローラーと言われるものです。

Google の検索結果に表示されるために必要なこととして、「Googlebot にアクセスされること」があります。Googlebot がアクセスして、ページの中身を見て(見るわけじゃないですが)、評価をされて初めて検索に出てくるわけです。

SEO の一番最初が Googlebot にアクセスしてもらうことなので、Googlebot がアクセスできない=検索に出てこないということになります。とっても重要。

普通はリンクをたどったりして来てくれますし、Fetch as Google から呼ぶ(?)こともできますので、気にしていない人が多いかと思います。

テストの回答用紙を回収してくれる人と思うとイメージしやすいでしょうか？

---

## □ Googlebot がアクセスできなくなるとどうなるか？

---

とっても困ることが 2 つ発生します。

### ▼DNS エラーが原因で起こる検索順位の下落 | アフィリエイト野郎

<http://goo.gl/a6Ug8x>

にあるように検索順位がガツンと落ちちゃうんですよ(落ちない時もありますが)。回答用紙を提出していなければ問答無用で落ちることされるのは当然の流れです。

もう一つはリスティング広告の審査落ちです。こちらも Googlebot がアクセスできないと機械的にはじかれちゃいます。リスティング広告の運用者には何ともできないので、広告を止めておくしか対処法がないです。

検索エンジンでのマーケティング(SEM)をしている人にとっては大ダメージと言わざるを得ません。

---

## □ 細かいテクニックの前に基礎的な部分を徹底的に

---

ページタイトルのつけ方とか品質スコアとか直帰率とかはベースがしっかりしている前提での話です。そんなことを気にする前にサーバーとかドメインとかをしっかり確認して問題があれば変更しないといけません。その他の契約関連や登録関連もそうです。

Web サイトで何かをするんですから、Web サイトの仕組みを知っておきましょう。

ちょっと古い記事ですがこのあたりの記事を読んでおきたいところですね。

### ▼Web 担当者なら知っておきたいドメイン名&DNS の話 コーナーの記事一覧 | Web 担当者 Forum

<http://goo.gl/98t0i7>

「愚者は経験に学び、賢者は歴史に学ぶ」

鉄血宰相と呼ばれたビスマルクの名言です。

### ▼コーナー (連載・特集) 一覧 | Web 担当者 Forum

<http://goo.gl/3TM0Nm>

の記事を読破すると歴史に学べるはず。

## iOS9の広告(コンテンツ)ブロックが目まぐるしく変化している件。

2015/09/29

優先度: ◎ - Web マーケに関わる人へ。

ごく一部では Crystal などの広告ブロックアプリの話題で持ちきりのシルバーウィークでした。その動きのまとめです。

▼【検証 1】iOS9の広告ブロック機能は、運用系広告の脅威となるのか？【150921 更新】 - でぶててのWEB 録

<http://goo.gl/1JOrOq>

▼【検証 2】iOS 9 の広告ブロックが GA を無効化！の件を、広告屋として調べてみた (+Optimizely)【150923 更新】 - でぶててのWEB 録

<http://goo.gl/jwiDxY>

▼【検証 3】iOS 9 の広告ブロックが、タグマネージャーに与える影響は？ - でぶててのWEB 録

<http://goo.gl/3KuHL9>

検索連動型の広告も消えるし、Google アナリティクスも動かない。ヒドイ。そしたらすぐにこれ。

▼iOS9の人気「広告ブロック」アプリ、公開2日で取り下げ——「多くの人を傷付けるから」 - BIGLOBE ニュース

<http://goo.gl/rMJ3qA>

広告ブロックアプリは多くの人々に便利さをもたらすが、一方で攻撃されるべきではない人々を傷付けもする。

何でもかんでもブロックするのはちょっとやりすぎましたってことでしょうか。広告業界の反応はこんな感じが多いです。

▼広告ブロックについての私見 | 辺境社会研究室

<http://goo.gl/N53PPH>

結局のところ、そうした自然な広告から、誰もが嫌がる広告まで一括りにしたところ、広告とは邪魔なものだという低い水準に落ちついたのが一般の見方で、それゆえに広告ブロックアプリが歓迎されているというのが現状なのだろう。媒体ごとに品質を上げる試みはあっても、モバイル広告全体の品質を上げていけなかった、業界全体の敗北とも言える。

これは私もそう感じますね。誤タップを誘発するような広告ってたくさんありますから。しかし、それがクリック(タップ)率が良い広告となってしまうと、それが正しいとなってしまう。瞬間的には良くても長い目で見ればダメ。

となると、こうなるのは自然な流れか。

▼広告ブロックアプリ「Crystal」、広告主と提携し一部広告を表示許可へ | gori.me (ゴリミー)

<http://goo.gl/WmQt9s>

今の問題はグズグズ言わずにやる、先の問題はじっくり考える。2015/12/01

優先度: ◎ - アクセス解析をしている人へ

▼ 【メルマガコラム】 次のアナリティクスは「わかりやすさ」が武器 | メールマガジンコラム | お知らせ | アナリティクス アソシエーション (a2i.jp)

<http://goo.gl/YzdtHa>

「今」のアナリティクスが終わっていないのに「次」と言われても・・・って思うかも知れませんが、次を知って今の仕事をするとのそうでないのとは雲泥の差なのでちょっと先も見ておきましょう。

---

## □ 今のアナリティクス

---

「アドバンスセグメント」や「マルチチャネルファネル」、「タグマネージャ」、「BigQuery Export」など、重要なアナウンスがありましたし、そのころ自分が書籍を書いたり、Google アナリティクスの中の人になったりと、それぞれの新機能発表の前後で何をしていたのか思い出すことができます。

このあたりでいきなり何ぞや？となる人も多いはずです。

ここをクリアするには勉強するよりもやってみるしかありません。既に手法もノウハウも公開されていますので、ちょっと調べれば手を動かすことはできるはずですよ。

手を動かすのは自社サイトは簡単に触れないので自分のブログなどが適しています。アクセス解析をやっている人は必ず自分が自由に触れるサイトを持っています。ここで試行錯誤を繰り返すんですよ。これをやらずにアナリティクスは身につけません。

格安サーバーなら年間で 1 万円もいきませんので、それぐらいの投資はしておきたいところです。また、今のアナリティクスは関連書籍もたくさん出ていますので、どれがいいの？という前に買ってみると良いですね。何もせずに何かを得られるわけではないですし、私も手当たりした本を読みましたから。

とにかく「今のアナリティクス」の段階の人たちは既に公開されている手法をどんどんこなすことです。道のりは分かっているだけでやるだけ。

---

## □ 次のアナリティクスその 1

---

今後を考えた時、一つ目は「複数の道具の活用」が必要になってきます。一言で言えば、今までの「アナリティクスツール」という単体のイメージのままでは、ユーザー＝顧客を描き出すために全然足りない、ということが言えるでしょう。

今のアナリティクスはデータの塊を見て何かを見つけ出そうという流れで、次のアナリティクスはデータの塊の中にある「個」を見ていく流れです。

顧客データベースと連携したり、Google アナリティクスではないツールを入れたりすると目的に応じて拡張していかないとはいけません。

データは蓄積されていないと使えませんので、「今のアナリティクス」段階の人たちはここを見ながらデータを整備していくと良いですね。特に顧客情報を整備しておくことをおススメします。基本的データが整備されていると何かと便利ですので、年賀状のために使うのではなくて他のツールと連携することを考えておきましょう。

ここは Web 担当者の人たちと総務・人事との連携が必要です。相互理解に時間がかかりますので早めに着手を。

---

## □ 次のアナリティクスその2

---

アナリティクスのプロジェクトが、企業としての「総力戦」になっていくことだと思います。これまで、一人二人の「スタープレイヤー」と道具があれば、それなりに結果を出せていた世界は終わりを告げ、組織をどう構成してデータに立ち向かっていくか、その点が肝になってきます。自社内の人材だけで、すべてを解決できないケースがほとんどでしょうから、外部の伴走形のコンサルとの連携、外部サービスの効果的な活用が、鍵を握っていくと思います。

ポイントは外部スタッフとの連携です。

書かれているように自社で完結はできませんので、自社にあったスタッフを探して考えを合わせて仕事を進めることが当たり前になってきます。

ここも信頼関係を築くのに時間がかかりますし、そもそも人を見つけるのにも時間がかかります。

探そうと思ってから動いては遅いので、来年にはこうなっていないといけないから今のうちから外に出て知り合いを増やしておく、といった動きですよね。

「人」は誰もが悩む問題ですので常にちょっと先を見て継続的に対応しておきたいところです。

---

## □ 今はやるしかない、次は準備をする

---

やることはとってもシンプルです。

今のことはやるだけ。

できないとか分からないとか知らないではなくて、やる。

次に備えるには情報を収集して今から準備です。

こちらは時間的な余裕が多少ありますので考えなら進めていきましょう。

次に備えないとずっと今が続きますのでツライだけ。

来年の今頃に楽をしたければ、「今」苦勞しましょうね。

## ■ プロになる・スキルアップ編

自分のコラムを振り返って思うのは、積み重ねが一番楽だということ。

2015/02/03

優先度: ◎ -今を見てしまう人へ

### ▼売りたい時だけブログを書いても売れない

<http://goo.gl/9u4kmz>

### ▼あなたは大丈夫？ 何年やっても「基礎・基本」が身に付かない理由 | 粕尾将一

<http://goo.gl/hq16Se>

いきなり引用です。

逆に自分がそういうブログを見る立場だとしたら、売りたい時だけ宣伝されても・・・ねえ・・・。  
ってなりますよね。あ、僕の場合はですけどね。

いきなり結果を出す場合もありますが、殆どの場合継続的に結果は出せません。今回は良かったけど、次はどうか分からない。これでは仕事になりませんよね。

実はこの考え方自体が的外れ。つまり、いきなり結果を求めるのは遠回り、実は基礎基本を習得するほうが近道なんです。

一発屋芸人と呼ばれる人達は瞬間的に持ち上げられて、急激に消えていきます。彼らには「一発」を当てる爆発力がありますが、それを継続させる力がなかったのです。

いつもやっていて、自然にできることで仕事が上手くいくのが一番楽な方法です。急に特別なことをするから上手くいかない。

「平常心」という言葉がありますが、まさにそれですね。

さて話しは変わって、このまとめ。

このまとめはちょうど3年ぐらい前の2012年2月末から始まっています。その時の冒頭の文章はコレ。

先週はウェブマスターツール関連のニュースがいくつかありました。特にGoogleからの警告文が届くので定期的にチェックしたいですね。

これだけ・・・。

しかし、これを書くだけでもかなり悩んだ記憶があります。

2年前の2013年2月にはコラムっぽいことを書いてました。

### ▼桃太郎なんだから奇策ではなく正攻法で攻めてほしかった

<http://goo.gl/eWObbH>

▼桃太郎市のキャンペーンで観光客は呼べない。地方の税金は有意義に使われているか。 | More Access, More Fun!

<http://goo.gl/xMXir9>

▼地方の自虐マーケティングというか悪ノリについて | smashmedia

(現在リンク先が削除されました)

皆さんご存知だと思いますが先週はこんなキャンペーンがありました。

そして、紹介した二つのブログで書かれているのは話題になって観光客が来るの？ということ

です。

香川県の「うどん県」、広島県の「おいしい! 広島県」が出た後にこういったことをしてどれほどの意味があるのでしょうか？  
どれだけ話題になっても人が来なかったら意味がないですね。

SEO もリスティング広告もアクセス解析もソーシャルメディアも同じです。  
やること自体に意味はなく目的を達成するための手段であること忘れてはいけません。  
この手段でいいのか悪いのか？という根本的な問いかけしてみましょう。

(余談)

▼**桃太郎市アクセス増、いたずらか 実質は10分の1、岡山市 - 山陽新聞ニュース**  
(現在ニュース記事が見ることができなくなっています)

カウンターってこういうネタのために存在するんですけどねえ。

そして昨年の2014年2月はコレ。

▼**安く買えばいい? 高く売ればいい?**

<http://goo.gl/ZKJ7Ld>

▼**「安ければ安いほどいい」と考えるお客が、結局はソンする理由(横山 信弘) - 個人 - Yahoo!ニュース**

<http://goo.gl/B6Kn7Z>

営業の立場からするとこう考えるのは分かりますが、買う側からすれば高く売られたらたまらないという思いがあります。

売る側は、

『私は営業コンサルタントですから、営業に年間目標を達成させるため「できるだけ高く販売できる」よう指導します』

と考えていますので、たとえ30万のものでも買う側の予算が50万と分かればそれに近い金額で提案するでしょう。

うちの商品は30万なので50万もかからないですよ、と言いません。

これが買う側に不信感を抱かせるんです。

売る側がこうだと分ければ予算なんて口にしませんし、

「どうせ乗っけてるんだろ」と思うから値切り交渉をします。

自然な流れですね。

このように値切り交渉をお客さんのせいに行っている限り状況は変わらないでしょう。

状況を変えるには営業がコストだと考えることからだと思えます。

営業をせずにコストがかからなければ、料金が下がる = スムーズに受注できる可能性が高まるという

ことですね。

では全く営業をしないのか？

そんなことはないです。

営業しないわけにもいきませんので、どうやって効率よく営業をするかを考えます。

一番良い方法は今やっている仕事を評価してもらって、リピート受注するか紹介をもらうことですので、日頃の自分たちの活動の中に自然と営業の要素を組み込んでいけばいいですね。

どうするかはとてもシンプルで「お客様にどうすれば喜んでもらえるのか？」を考えるだけです。

ここを基準に考えていけば自分たちのやることが決まっていきます。  
社内(自分も)を変えていくことが営業になってくるんです。

自分たちの都合を「交渉」で押し通そうとするから無理が生じる。  
相手の都合に合わせていけばスムーズに流れる。

(何でも言うことを聞け、ということではないです)

営業とは売り込むことではなくて信頼してもらうこと。  
こう思うだけで社内の全ての人が営業活動を行うことができますよね。

自分たちはどう見られているのか？どう見られたいのか？  
常に外の目を意識してみましよう。

長い・・・。

そして、2015年の2月は短めにおさまるように努力中です。

変遷を見ていくと、いきなり長い文章を書けるようになったわけではなくて、徐々に書けるようになってきたことが分かりますよね。

今になって振り返るとこの3年ってあっという間でした。毎週のコラムを書くのは大変でしたけど、そんなものは書いてしまえば忘れてしまいます。

「喉元過ぎれば熱さを忘れる」ということわざの通りです。

毎日・毎週・毎月、ちょっとしたことを考えながらやることができるようになる唯一の方法です。  
そして、それが一番楽チン。

やった方がいいけどやっていないことがあればそれをやってみてください。  
三日坊主でもいいので断続的に続ければきっとできるようになるはずですよ。

「プロとして成長する気つきがある森野コラム」のつづきは、ウェブ担当者 e 通信読者の方に無料で配信しています。

ウェブ担当者 e 通信とは、ウェブ担当者通信が毎週お届けする無料のメールマガジンです。

森野コラム、厳選した最新 Web ニュース、また SEO・リスティング広告・Web マーケティングなどスキルアップ講座の抜粋版をお送りしています。

【メルマガ】 週刊！ウェブ担当者 e 通信 <http://webtan-tsushin.com/eletter>