

1 24 ロードマップを引く

具体的なアクションの予定表 ロードマップを引く

最適より最速を心がける

細かいセグメントごとに目標セッションと目標コンバージョンレート（CVR）が見えてきたら、実際にすべき改善アクションをすべて洗い出す。そしてそれぞれをどのタイミングで行うかを検討する。基本的にはCVRの向上を先に行い、その後、流入セッションの増加施策を行うことを推奨する。ただし、CVRの向上にはWebサイトの改善が必要となり、大がかりになってしまう場合は一定の時間がかかるケースもある。その場合は短期スパンで行えるCVR向上施策を同時に検討すべきである①。

私見ではあるが、Webサイトに関するアクションは、最適であるよりも最速であることが重要であると考えている。日々アクセスがあるWebサイトでは、なるべく早めに改善することで機会損失を防ぐことができるからだ。3カ月かけて抜本的な改善を行うことももちろん重要だが、それとは別に即時的に対応できる施策も打っておくべきだろう。

リスクの洗い出し

すべきことの洗い出しと優先順位が決まってきたら、それぞれのリスク・検討事項を洗い出す。流入



① ロードマップを引く手順
CVRの向上に時間がかかってしまう場合には、短期スパンで行えるCVR向上施策を同時に検討すべきだ

P O I N T

- 1 最適より最速を心がけ、機会損失を防ぐ。
- 2 アクションに対するリスクを事前に洗い出しておく。
- 3 ロードマップはアップデートを行う。

施策にはコストがかかるケースが多い。外部要因が絡むケースもあるだろう。リスクは存在することが問題ではない。リスクに対するアクションが事前に検討されていないことが問題なのである。また、リスクとして洗い出されていない潜在的なリスクがある場合もあとから問題になる。行動にリスクはつきものである。ある程度想定できるものについてはそのリスク・検討事項に対するアクション案を検討しておく必要がある②。

ンを行っていく形になるが、そこで重要なことがある。それは、ロードマップはあくまで予定図であり、状況に応じて変更していくべきものであるということだ。その都度達成度合いを評価し、外的要因などの状況変化に応じて見直しをしていくことでロードマップは生かされる。特にWebにおける環境変化のスピードは非常に速い。長期的なロードマップを引いたとしてもなかなかうまく当てはまらない。目的はブレさせずに目標値は修正しながらアクションプランも随時アップデートしていくことが望ましい。

ロードマップは予定であり、 変更可能である

ロードマップを作成し、あとは具体的なアクション



② リスクの洗い出しと、その検討事項
Webサイトの運営を想定し、そこで起こり得るリスクをできる限り洗い出し、そのリスクにそなえられるように、事前に準備しておく