

# あなたのサイトは、 なぜ「商談」を逃し続けるのか？



GA4の数字の海から「宝」を見つけ出す、Gemini活用分析術



そのコミュニケーションに最適解を。

NIPPON AGENCY



## 「データは大量にある。 でも、どこから見ればい いか分からない」

多くのWeb担当者が同じ課題を抱えています。  
Googleアナリティクスには貴重な情報が眠っ  
ているはずなのに、日々のレポートを眺めてい  
るだけでは、具体的なアクションにつながる「  
気づき」を得るのは困難です。  
この情報の海で、私たちは羅針盤を失っていま  
す。

# 成功の鍵は「正確な羅針盤」と「賢い分析官」



**羅針盤 (Compass)**  
正確なデータ準備

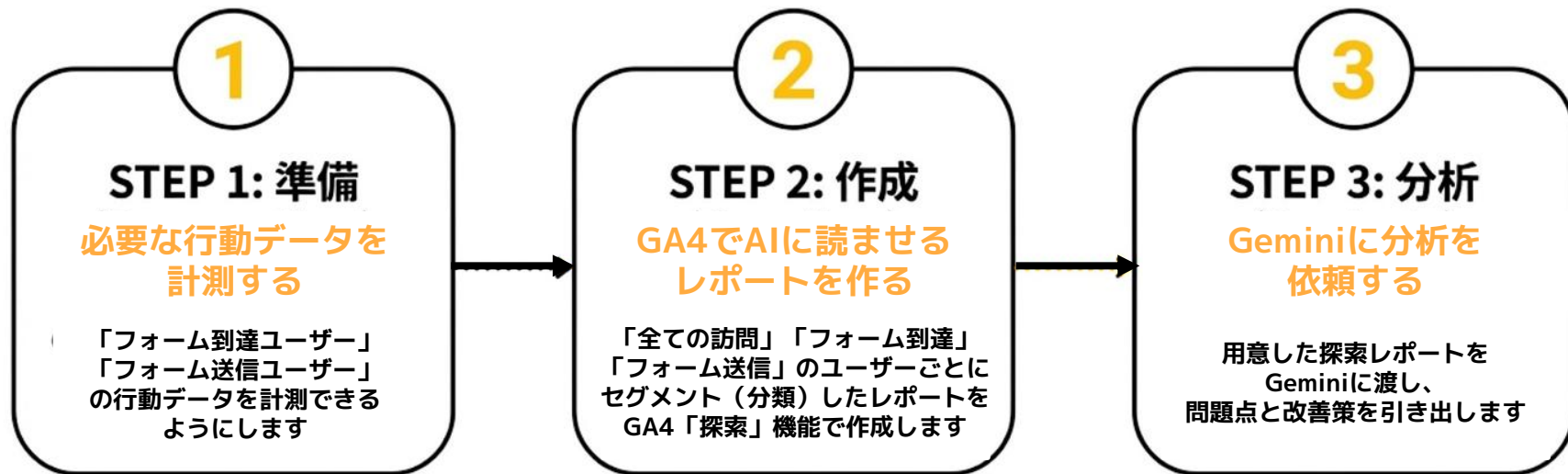
Googleアナリティクスの「探索」機能を使い、  
分析の土台となる正しいデータを取得します。  
これが進むべき方向を示します。



**分析官 (Analyst)**  
Geminiの分析能力

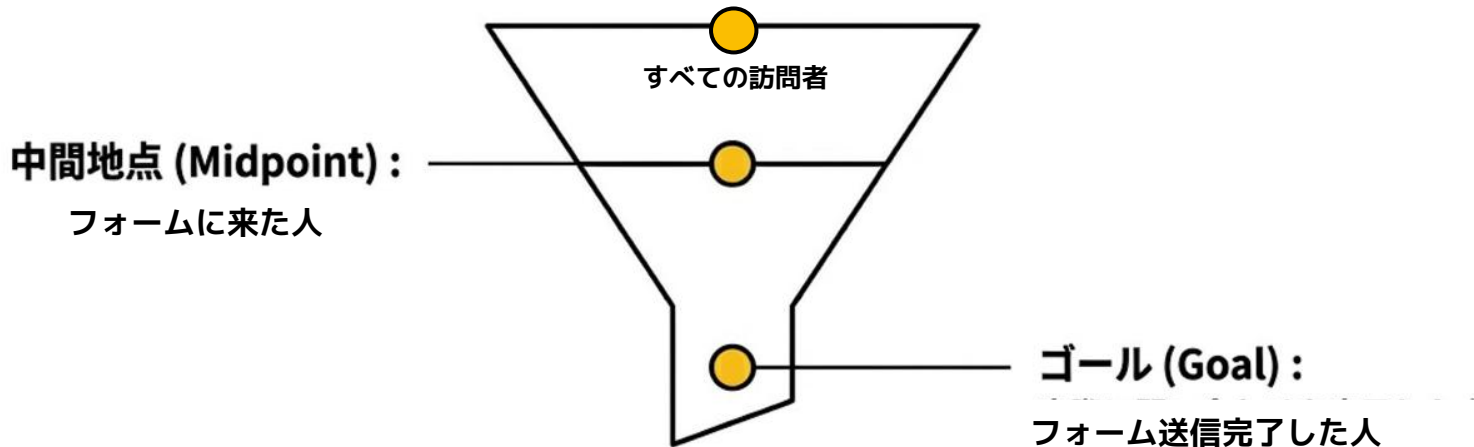
人間の目では見つけられないデータのパター  
ンや相関関係をAIに発見させます。  
これが宝のありかを解き明かします。

# 宝探しは、シンプルな3ステップで進める



## 【STEP.1：準備】AIは魔法使いではない。まず「正しいデータ」を用意する

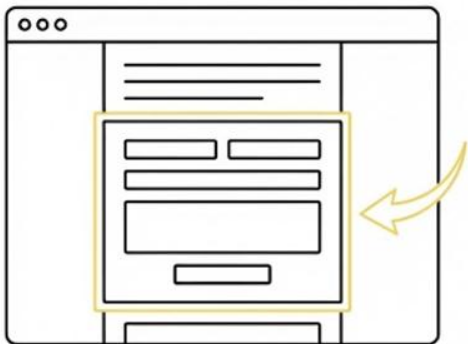
AIに賢い分析をさせるには、まず私たちが「正確なデータ」を用意する必要があります。  
ここで重要なのが、「フォームに来た人」と「送信完了した人」が  
どのような行動をしていたかを計測できるようにしておくことです。



上記ユーザーの行動データを計測しておくことで、  
それぞれの行動の違いをAIに分析してもらうことができます。

## 【STEP.1：準備】AIは魔法使いではない。まず「正しいデータ」を用意する

Googleアナリティクス（GA4）で必要なユーザーの行動データを計測するために、Googleタグマネージャー（GTM）で「中間地点」と「ゴール」を定義しましょう



### ① 中間地点（フォーム到達）を計測

トリガー：

ユーザーがお問合せフォームを画面に表示させた時

※ページを開いたときに入力フォームが目に入らない場合、スクロールしてフォームが表示されたユーザーだけを数えるのがコツです



### ② ゴール（フォーム完了）を計測

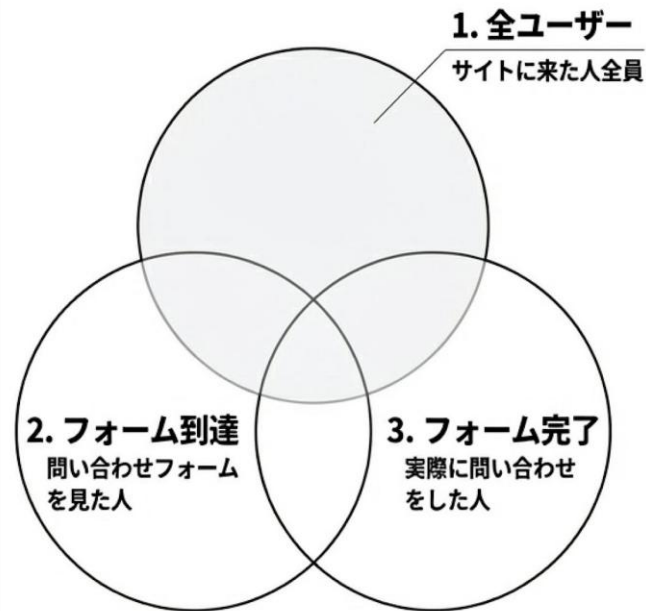
トリガー：

ユーザーが送信ボタンを押し、「送信完了ページ」が表示された時

※ページが変わらないサイトの場合は、送信ボタンをクリックした時

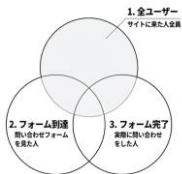
## 【STEP.2：作成】 GA4の「探索」機能で AIに読ませるデータを作成する

標準レポートでは不十分です。  
Googleアナリティクス（GA4）では、  
「フォームに来た人」と  
「送信完了した人」のように、  
データをセグメント（分類）して  
クロス分析するには、  
「探索」機能を駆使する必要があります。



「探索」レポートで  
3つのグループを比較し、  
行動の違いや共通項を  
洗い出せるようにします

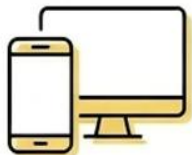
## 【STEP.2：作成】GA4の「探索」機能でAIに読ませるデータを作成する



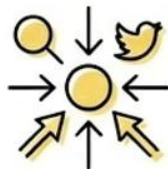
3つのグループごとに、以下の8つの切り口で探索レポートを作成します。  
レポートはcsvでダウンロードし、1つのexcelファイルにまとめます。



**1. 月別の推移**  
季節要因の確認



**2. デバイス別**  
スマホサイトの課題発見



**3. 流入経路別**  
最も「濃い」顧客の特定



**4. 新規・リピート別**  
顧客の検討期間の把握



**5. ランディング  
ページ別**  
入り口による成約率の差



**6. よく見られている  
ページ**  
サイト内の人気コンテンツ



**7. 問い合わせた人が  
見たページ (超重要)**  
キラーコンテンツの発見



**8. 離脱ポイント  
(ファネル分析)**  
どこで顧客を失っているか



## 【STEP.3：分析】 Geminiに「役割」を与え、分析を依頼する

ExcelファイルとPDFファイルをGeminiにアップロードし、的確な指示（プロンプト）を出します。AIに「役割」を与えることが、質の高い回答を引き出す最大のポイントです。

あなたは… 株式会社日本エージェンシーの優秀なWeb営業担当です。  
目的は… Webサイトからの「商談につながる問い合わせ」を増やすことです。  
ターゲットは… 地域企業の経営者やWeb担当者です。

添付データを分析し、以下の3点を教えてください：

1. 離脱の原因: お客さんが一番いなくなっているタイミングはどこですか？
2. 勝ちパターンの発見: 「問い合わせした人」がよく見ているページはどこですか？
3. 具体的な改善案: 来月の問い合わせを増やすために優先すべき施策は？



## 【重要】分析を始める前に： セキュリティに関する注意点

**避けるべきこと:** 無料版のGemini (個人用Googleアカウント)に会社の機密データをアップロードすること。

**理由:** 入力した内容がAIの学習データとして利用されてしまうリスクがあります。

**推奨される環境:** 業務で利用する場合は、「Gemini Enterprise」や「Gemini Business (Google Workspace)」など、データが学習に利用されないセキュリティが担保された法人向けプランを使用してください。



## Geminiが解き明かす「宝のありか」

Geminiは、数字の海を眺めているだけでは気づけない、具体的な「アクション」につながるヒントを与えてくれます。

### Insight 1（離脱原因の特定）

「スマホユーザーの多くがフォーム入力画面までは来ていますが、確認画面に進まず離脱しています。入力項目が多すぎてスマホでは打ちにくい可能性があります。」

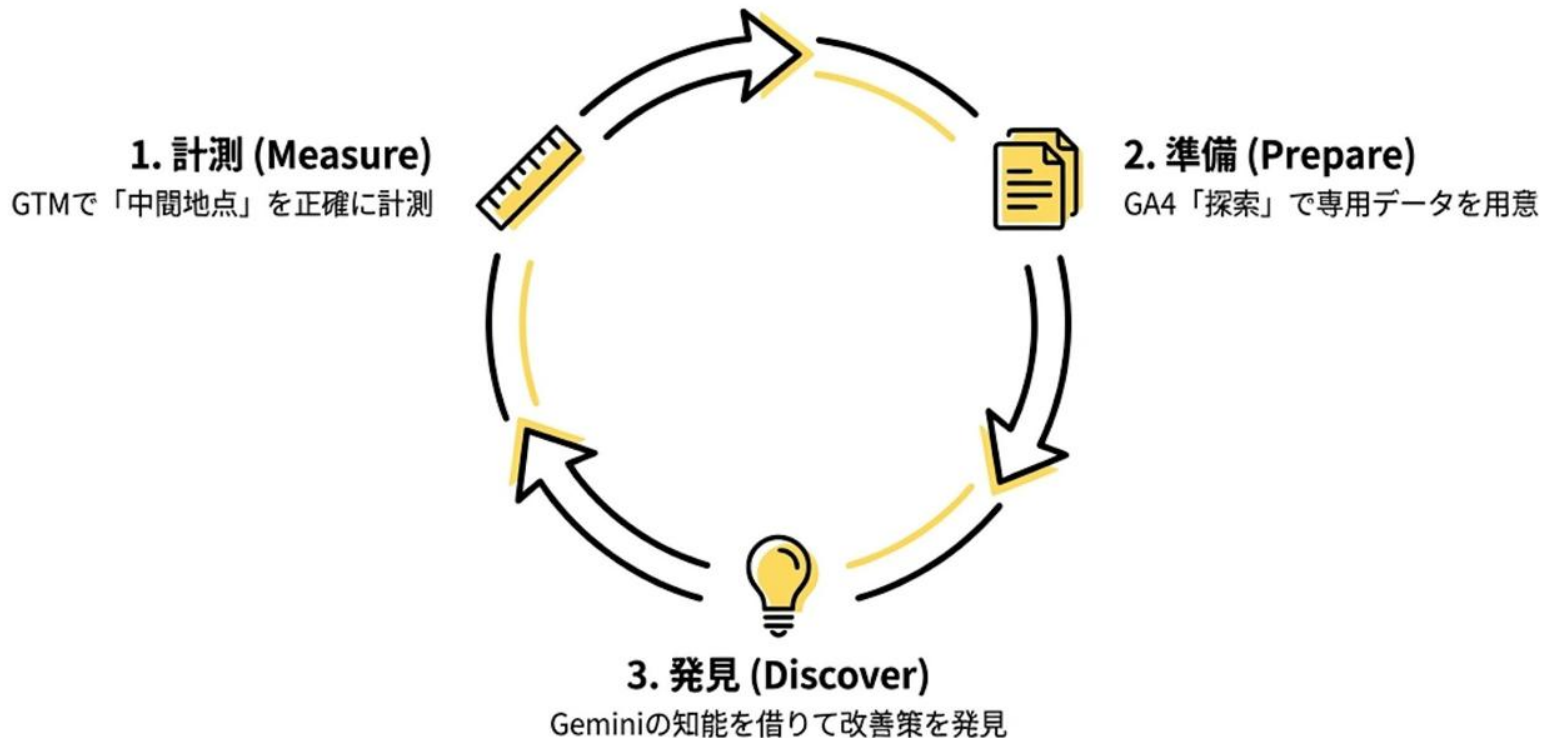
### Insight 2（キラーコンテンツの発見）

「問い合わせユーザーの8割が『導入事例：製造業A社様』を見ている。このページへの導線をトップページに目立つように配置すべきです。」

**データ分析は「宝探し」。数字の奥にある顧客の心を読む**

**“この分析プロセスは、単なる数字合わせではありません。  
「お客様がどこで悩み、何を見て心を動かされたか」を  
知るための宝探しです。**

# 「商談を生むサイト」へ。改善のサイクルを回し続けよう



このサイクルを回すことで、あなたのWebサイトは確実に「商談を生むツール」へと進化していきます。

# 今すぐ始める、GA4 × Gemini分析の3つの要点

1



## 正確な計測が全てのはじまり。

GTMを使ってGA4で必要なユーザー行動データを計測する

2



## AIには専用の「食料」を。

GA4「探索」機能で、3つのグループごとに8つの切り口+2つの行動フローを準備する

3



## 優れた「役割」と「問い」を。

具体的な改善策を引き出すプロンプトで、Geminiに分析を依頼する



## お問い合わせ

### 自分だけでうまくやれるかな？と不安に思っておられるご担当者様へ

Web・デジタルでビジネスを加速させる旅は、専門家との対話という、はじめの一步から始まります。  
現在お困りのマーケティング課題をお聞かせ頂ければ、解決策をご提案させていただきます。

1. フォームから無料相談を予約
2. 無料相談を実施（オンラインZoom、もしくは金沢・東京・富山・福井の拠点にて）
3. 最適な戦略・施策をご提案



### 予約お申込フォーム

相談内容を詳しくご記入いただけますと、その相談内容に特化したスタッフを担当者にしやすいです。  
内容を確認後、担当者からご返信させていただきます。

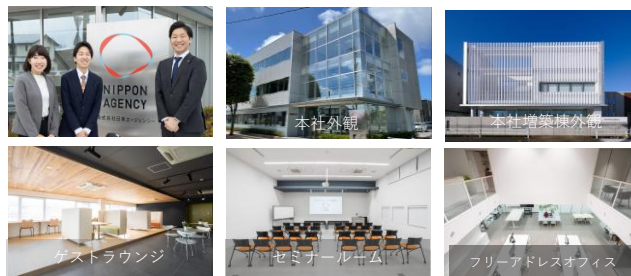
[https://www.nippon-ag.co.jp/contact/?utm\\_source=whitepaper&utm\\_medium=qr](https://www.nippon-ag.co.jp/contact/?utm_source=whitepaper&utm_medium=qr)

NIPPON AGENCY, inc.

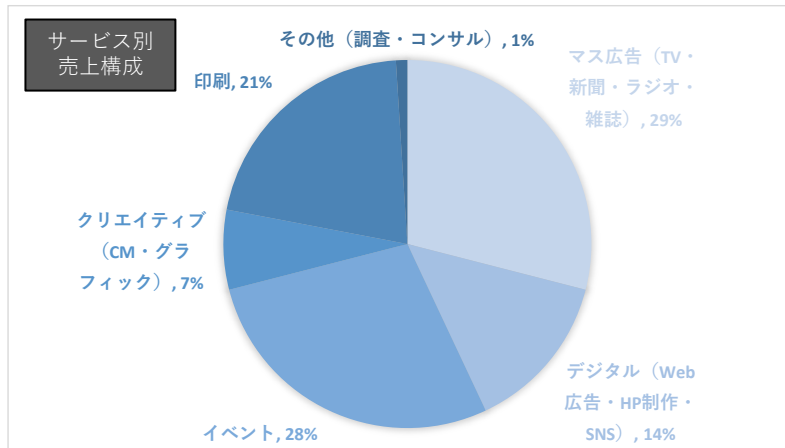


# 日本エージェンシーについて

(株)日本エージェンシーはマーケティングとクリエイティブを得意とする広告会社です。東京・金沢・富山・福井に拠点があり、幅広い業種のクライアント様との取引実績がございます。



社名	株式会社日本エージェンシー
代表者	代表取締役社長 竹内 拓也
所在地	【本社】石川県金沢市新保本4-40 【東京営業本部】東京都中央区築地3-2-6 築地東陽ビル3F 【富山支局】富山県富山市黒瀬北町1-10-4 【福井支局】福井県福井市中央3丁目1-5 三谷中央ビル6F
設立	昭和47年10月
資本金	1億5000万円
社員数	57名
関連会社	株式会社アサソーディ・ケイ
加盟団体	ADKパートナーズネットワーク



### 【取引先業種】

行政機関、地方銀行・信用金庫、組合・団体、住宅・不動産、メーカー（日用品、アパレル・素材・繊維・機械・金属など）、自動車販売、家電量販店、小売専門店、GMS、ドラッグストア、外食チェーン、エネルギー（電力・ガス）、教育（大学・専門学校・学習塾）、旅館・ホテル、レジャー施設、プライダル、葬儀、病院・クリニック、人材派遣、IT・通信・ソフトウェア、フィットネスなど