



アドバンスコース

日程	項目	テーマ	レクチャー内容
5月16日(水)	WEB解析とは	特に求められる役割、社内環境の整備、PDCA	ブライダルにおけるアドバンスで身に付けてほしいゴール設定、事例→HPの分析・改善策の設計・ワイヤー作成
	マクロ解析とマイクロ解析	何がわかるのか？知りたいものへの調査の仕方	来館前のお客様がなぜ来館を決定したか？は何で測るHPを見て申し込みをしなかった人は何で測る？のようなケーススタディ
	KPIの計画立案	基本的概念＋課題	<ul style="list-style-type: none"> WEB(来館予約)とリアル接客(成約率)の掛け合わせにおけるKPI設定 解析手法とKPI設定
5月30日(水)	解析概念	基本用語と概念	<ul style="list-style-type: none"> アナリティクスの基本操作 PVが集まっているページ 離脱率が高いページ 直帰率が高いページ コンバージョン設定 改修すべきページの洗い出し ヒートマップ
6月13日(水)	SEOの概念	<ul style="list-style-type: none"> 参照元の定義 	<ul style="list-style-type: none"> Title、Discription、H1、 外部対策、内部対策 URLの構造(ツリー構造になっているか) キーワードの設計
	リスティング	<ul style="list-style-type: none"> 広告の種類 リスティングの仕組み 広告の品質に対する概念 	<ul style="list-style-type: none"> 代理店を使うべき理由 コンバージョン設定 TD、キーワード、入札単価の掛け合せ
6月27日(水)	回遊改善	<ul style="list-style-type: none"> トラッキングによる分析 	<ul style="list-style-type: none"> 離脱率が高いページの洗い出し 次に見せるべきコンテンツの配置の仕方 ボタンの色、テキスト、写真による違い ABテストツールの紹介
	フォームの最適化		<ul style="list-style-type: none"> 具体的な手法 確認ページ
	ソーシャルの考え方	<ul style="list-style-type: none"> 種類、違い 	<ul style="list-style-type: none"> ブライダルの事例、Instagramについてはより深く取り組む
7月18日(水)	ランディングページの設計	<ul style="list-style-type: none"> ランディングページ概念 直帰率を下げる要素 	<ul style="list-style-type: none"> ブライダル業界におけるランディングページの紹介 流入を考慮した設計の必要性(キーワード、ターゲット、コンバージョンの定義など) 実際にランディングページを作成するを改修する 自社のランディングページを改善する
7月25日(水)	サイト全体の情報設計		<ul style="list-style-type: none"> ブライダルの一般的なユーザーのカスタマージャーニー 上記になぞらえた自社のコンテンツの配置 余計なページと重要ページの洗い出し 各ページの目標設定(重要ページにPVを集める)
8月8日(水)	卒業式		

開催時間: すべて10時半～17時半

月額15万円 × 3か月 = 45万円 (税別)
ウェディングWEBプランナー受験料 3万円

合計 48万円 (税別)

※受講料は初月のみ前払いとなります。4月末までに初月の10万円をお振込みいただきますので予めご了承ください。