

Adobe Analytics

Digital Analyst (デジタル分析概論コース)

- コース目的：デジタル分析に必要な分析方法や、組織構成などについてご紹介し、デジタル分析を成功に導く知識の習得を目的としています。
- 受講対象者：デジタル分析に関わる全ての方を対象としています。
- 実施日数/時間：2日間 / 10:00～17:00
- 前提条件：特になし
- コース内容

章	内容	実習有無
1章	アナリストの役割	
	デジタルアナリストが社内で連携する相手	
	デジタルアナリストの役割と責任	
	優れたデジタルアナリストの要件	
2章	Web分析の課題	
	レポートングロット	
	レポートングと分析の違い	
3章	成功のための最適化フレームワーク	
	目標とKPIの定義	
	測定-KPIなどの指標の取り込み	
	レポート-収集したデータに関するレポートの生成	
	分析-サイトパフォーマンスの評価	
	最適化-効果のテストと強化	
	革新-新しいアイデアを試して価値を向上	
4章	エクスペス全體の最適化	
	デジタル戦略とKPIの調整	
	デジタル戦略	
	企業目標	実習あり
	デジタルの目標	実習あり
5章	デジタルイニシアチブ	実習あり
	デジタル戦術	実習あり
	KPIと測定値の特定	
	測定:KPIと他の指標のキャプチャ	
	マイクロコンバージョン	実習あり
	マクロコンバージョン	実習あり

6章	レポートング	
	収集されたデータのレポートを生成する	
7章	分析の実行	
	サイトのパフォーマンスを評価する	
	価値の創出につながる分析	
	分析を行う機会の特定	
8章	業種別の特性:金融業界	実習あり
	金融業界の分析の例	
9章	業種別の特性:メディア業界	実習あり
	メディア業界の分析の例	
10章	業種別の特性:小売業界	実習あり
	小売業界の分析の例	
11章	業種別の特性:旅行業界	実習あり
	旅行業界の分析の例	
12章	業種別の特性:ハイテク業界	実習あり
	ハイテク業界の分析の例	
13章	最適化	
	最適化-効果のテストと強化	
14章	革新	
	革新-新しいアイデアを試す	
15章	コーポレートガバナンス	
16章	データに基づく分析組織の構築	
	L3PSフォワードフレームワーム	