



Adobe Analytics

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	
	レポートングロボット 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	
4章	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	
	エクスペンス全体の最適化	
	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
デジタルイニシアチブ	実習あり	
デジタル戦術	実習あり	
5章	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	
8章	分析を行う機会の特定	
	業種別の特性:金融業界 金融業界の分析の例	実習あり
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	データドリブン型組織の構築 L3PSフォワードフレームワーク	