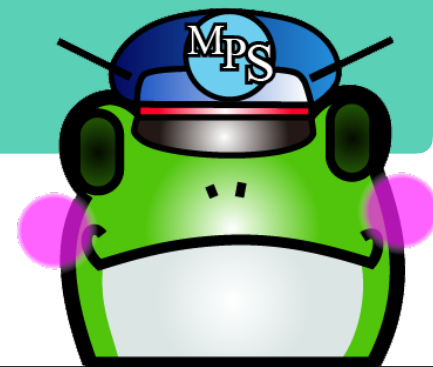


アクセスユーザに会員登録させないで
おすすめ商品情報を表示して
利益を上げる方法



自己紹介

- ・ 園田大輔
- ・ 都内Web予約システム開発会社勤務。
- ・ Webの業務アプリケーション開発暦12年。
- ・ 最近は機会学習を取り入れたデータ分析と視覚化のアプリケーション開発もしています。

Webサイトで会員登録をさせるメリット

Webサイトで会員登録をさせるメリット

- ・ユーザの個人情報を取得できる
- ・アクセスユーザーの分類ができる
- ・個人情報を使い、どのような商品やサービスの情報を表示したらよいか絞り込める

売り上げUPに繋がる！

- Webサイトには達成したい目的がある
- ユーザーにもアクセスした理由がある
 - => Webサイトは、ユーザーの目的が知りたい
- Webサイトとユーザーの目的が合致
 - => **売り込みのチャンスが発生！**
- 会員登録の有用性

会員登録させないと、利益につながる
データは得られないのだろうか？

その前に、どうやって登録させる？

- ・最後に会員登録したのはいつ？
- ・月々のユーザの登録数は？
- ・実際に商品を購入した人の割合は？
- ・「この先は会員登録が必要となります」
登録してまで続きを読みますか？

ユーザ登録は、かなり敷居が高い。

会員情報登録をしない

=> 利益に繋がる情報は得られない？

なにか他に手段はないのか？

ユーザー情報のトラッキング

サイトにアクセス時、Webサイトは様々な情報を得ることができる。

- ・アクセスした商品ページ

興味の対象

- ・ページにどれくらいの時間滞在したのか

コンテンツへの興味の度合い

- **どの国、どの地域からのアクセスか**
 - おおまかなユーザ属性の区分け
 - サイトの表示言語の選択
- **商品Aと商品Bを並べた時にどちらをクリックしたか**
 - 興味と比較・ランキング
 - 表示する商品・サービスの選別の指標
- **サイトを訪れた時間**
 - サイトのアクセス時間帯分布
 - アクセスが集中している時にどの商品を表示するか

- どのサイトからアクセスしたのか

Webへの広告出向先の絞り込み

- どのような項目で検索をしたのか

興味の区分け

人気商品・サービスの絞り込み

- どのボタンやリンクをクリックしたのか

デザインレイアウトの改善

- ・ 会員登録との違い

**システムが自動で記録していくため、
ユーザーの好みを非常に正確に表している！**

- ・ ユーザーA
- ・ ユーザーAのトラッキング情報

どうやって紐付けるか。

クッキーによるユーザ特定

- Webサイトから渡される「会員証」
- Webサイトはクッキーを読み取ることにより、ユーザを特定できる。
- ユーザートラッキング情報とともにシステムに保存しておいた情報を表示できる！

機会学習にできること

- ・ ユーザーに関する情報を使い、整理分析し、
Webサイトにとって有用な情報を自動で生成。
- ・ おすすめ情報の精度が自動で上がっていく。
- ・ 人件費削減！

おすすめ情報の利用方法

例)

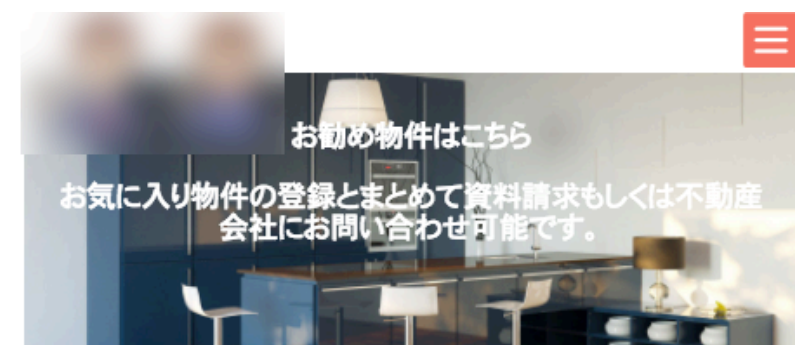
- ・ ユーザーAさんの検索履歴・購入履歴・その他トラッキング情報を機会学習で学習させ、行動が似ているユーザーBさんを見つける
- ・ ユーザーAさんがアクセスした時、ユーザーBさんの購入商品をおすすめする
- ・ ユーザーBさんがアクセスした時、ユーザーAさんの購入商品をおすすめする

**会員登録をさせなくても、サイトの利益
に貢献する情報を表示することが可能と
なる！**

具体例

不動産物件のリコメンド情報サイト。

- ・会員登録はなし
- ・項目の選択や検索など、ユーザーのトラッキング情報をシステムの裏側で蓄積し、機会学習で分析しておすすめ物件情報を表示する。



性別:

-

生まれ年:

-

理想の生活スタイル:

-

ご希望の条件を選択して物件検索ボタンを押して下さい

建物種別

☐ マンション ☐ アパート ☐ 一戸建て ☐ その他

市区

☐ 山口市 ☐ 防府市 ☐ 周南市 ☐ 下関市 ☐ 宇部市 ☐ 下松市 ☐ 岩国市
☐ 光市 ☐ 萩市 ☐ 長門市 ☐ 柳井市 ☐ 美祢市 ☐ 山陽小野田市
☐ 大島郡 ☐ 那珂郡 ☐ 熊毛郡 ☐ 阿武郡

校区

賃料

下限なし

～

上限なし