

工務店様向けホームページ分析レポート

お問い合わせフォーム導線調査



工務店マーケティングのゼンリン東海

工務店のホームページ上にあるお問い合わせフォームへの導線についてどの程度実施しているのか調べました。

※ 調査件数 115 社

調査項目は以下 5 項目

- ① PC 版 WEB サイト用のブラウザ固定のお問い合わせボタンの有無
- ② スマホ版 WEB サイト用のブラウザ固定のお問い合わせボタンの有無
- ③ 各ページの最下部にお問い合わせフォームへの誘導バナー / ボタンの有無
- ④ 資料請求ページに具体的な資料の情報の有無
- ⑤ クオカードなどの特典の掲示

該当項目	実施件数	実施率
PC/ スマホ版 両方にブラウザ固定のお問い合わせボタン有	74 件	64.3 %
5 項目のうち 3 項目該当	55 件	47.8 %
5 項目のうち 4 項目該当	24 件	20.8 %

傾向分析

傾向 1 問い合わせへの導線の有無は影響が薄い

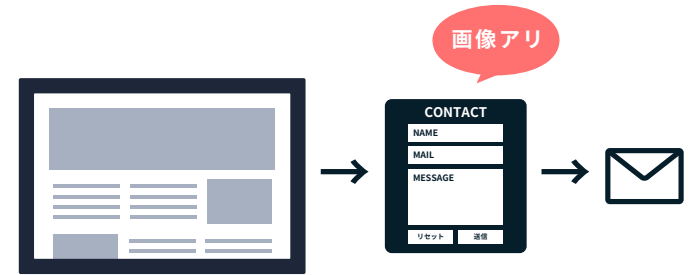
傾向 2 フォーム内資料画像はコンバージョンに有効

傾向 3 お問い合わせフォームが長くてもコンバージョン数が減る要因にはならない

5つの項目の有・無 比較		件数	ユーザー数 (全体)	資料請求フォーム (ページ別訪問数)	資料請求 CV数	フォーム到達率	フォーム到達 からの CV 率	ユーザー / CV 率
ブラウザ固定のフォーム への導線アリ (PC)	アリ	80	27364.61	494.21	90.74	3.59%	20.40%	0.63%
	ナシ	35	16127.00	387.11	62.81	3.59%	19.50%	0.71%
ブラウザ固定のフォーム への導線アリ (スマホ)	アリ	87	27921.09	499.76	88.98	3.53%	20.07%	0.61%
	ナシ	29	11745.03	344.62	61.34	3.53%	20.28%	0.79%
ページ下部に導線が必須	アリ	79	22093.68	423.82	83.41	3.73%	20.66%	0.66%
	ナシ	36	28381.58	552.17	80.61	3.73%	18.78%	0.62%
フォーム内に資料請求の 内容開示	アリ	37	38734.22	509.73	109.11	2.98%	25.05%	0.56%
	ナシ	79	16918.67	438.14	69.41	3.95%	17.81%	0.69%
クオカードなどの 特典アリ	アリ	6	24328.17	410.17	75.17	3.43%	18.33%	0.60%
	ナシ	109	24047.42	466.96	82.94	3.64%	20.17%	0.65%
フォーム長さ	長い	28	39827.25	661.18	122.07	3.00%	19.57%	0.55%
	普通	67	21192.31	407.64	75.81	3.83%	20.57%	0.69%
	短い	20	11604.50	376.75	49.70	3.87%	19.10%	0.64%

3

サイト CV 率別に分類調査した結果
 全ての分類においてお問い合わせフォーム内に
資料画像が有の方が CV 数が多い傾向にあり



サイト CV 率 比較	資料画像	件数	ユーザー数 (全体)	資料請求フォーム (ページ別訪問数)	資料請求 CV 数	フォーム到達率	フォーム到達 からの CV 率	ユーザー /CV 率
CV 率 0.8%以上	アリ	6	9098.33	453.50	104.33	7.76%	25.33%	1.44%
	ナシ	22	6104.59	347.55	78.36	6.33%	24.36%	1.38%
CV 率 0.4% ~ 0.79%	アリ	12	17886.17	282.75	99.00	2.85%	33.83%	0.63%
	ナシ	29	13744.34	519.97	77.07	3.86%	17.48%	0.58%
CV 率 0.39% 以下	アリ	19	61260.11	670.84	117.00	1.55%	19.42%	0.24%
	ナシ	27	29669.81	436.11	55.37	2.09%	12.52%	0.23%



資料請求の内容が具体的にイメージ出来て、さらに資料が魅力的
 である事が、お問い合わせの多いホームページの共通点