

自社EC成長診断ポイント12

チェック	項目	詳細
売上の状況を把握できている		
☐	自社ECのアクセス数を把握している	集客不足なのかどうかを判断できます
☐	自社ECの転換率を把握している	サイト改善が必要かどうかを判断できます
☐	自社ECの客単価を把握している	商品構成やアップセル改善の余地を確認できます
集客できている		
☐	自然検索からアクセスが発生している	広告に依存しない安定した集客基盤になります
☐	広告を活用して集客している	短期間でアクセスを増やすことができます
☐	アクセス数が前年より増えている	将来的な売上成長の可能性を確認できます
売れるサイトになっている		
☐	商品ページを定期的に改善している	転換率向上につながります
☐	売れている商品と売れていない商品を把握している	改善すべき商品を特定できます
☐	自社ECの課題を説明できる	優先順位を付けた改善ができるようになります
分析できる環境がある		
☐	Google アナリティクスを導入している	アクセスや売上の分析ができます
☐	Google サーチコンソールを導入している	SEOの状況を確認できます
☐	どの集客経路が売上につながっているか分かる	効果的な施策に予算や工数を集中できます

診断結果

10～12個	成長フェーズ	売上拡大に向けた施策を進める段階です
6～9個	改善フェーズ	課題を整理し優先順位を付けて改善しましょう
0～5個	土台整備フェーズ	まずは分析環境と現状把握を整えましょう

