

マルチスクリーン対応への切り替え: 新しいデザイン手法の導入でトラフィックを即座に拡大

LISTVERSE



Jamie Frater 氏、Listverse 創設者兼 CEO

Listverse について

- ・ www.listverse.com
- ・ 本拠地: ウェリントン(ニュージーランド)
- ・ オンラインリスティクル(リスト記事)パブリッシャー

ゴール

- ・ ユーザー エクスペリエンスの最適化によりトラフィックを増やす
- ・ PC を上回るモバイルのトラフィックに対応する
- ・ サイトの管理とアップグレードにかかる費用を削減する

手法

- ・ バックエンドに WordPress を使用
- ・ 「モバイル優先」のデザイン手法

結果

- ・ トラフィックが増加: 1 日のページビュー数は 2 倍、サイトの滞在時間は 70% アップ
- ・ 広告収益が向上: クリック単価が 50% アップ
- ・ あらゆるプラットフォームにサイトのアップデートを瞬時に導入

2007 年にウェリントン(ニュージーランド)で設立された Listverse は、創設者兼 CEO の Jamie Frater 氏が選んだ、あまり知られていない、突飛で興味深い話題をリストで公開するサイトで、毎月 800 万人の読者が 3,000 万ページを閲覧しています (Frater 氏によれば「読者には、さまざまな分野の知識人が適度なバランスで含まれています」)。

Listverse のモバイル サイトは、以前はプラグインを通じて運用されていましたが、次の 2 つの理由で改善が必要でした。1 つはサイトのデザインを変更する際に PC 向けとモバイル向けの両方に対して変更作業が必要になること、もう 1 つはモバイル サイトへの細かな変更が大幅なアップグレードの際に失われてしまうことでした。

サイトのトラフィック全体に占めるモバイル ユーザーの割合は 50% に達していたため、一刻も早くこうした状況を改善する必要がありました。「**何らかの手を打たなければ**」と考えた Frater 氏は、「**業界全体の流れを考慮して、マルチスクリーン対応を導入することが最善策と考えました。**」

そして検討を重ねた結果、バックエンド ソリューションとして WordPress を使うことに決めました。これにより、**PC サイトとモバイル サイトのデザイン変更や管理を同時に行うことが可能になり、こうした作業にかかる時間と費用を大幅に削減できたのです。**

しかし、Listverse にとって最も重要なことは読者の利便性であるため、Frater 氏のチームではマルチスクリーン対応への切り替え作業を行うと同時に、サイトをできるだけ早く簡単に使うことができるようなデザイン変更にも取り組みました。

切り替え作業は「極めて順調で、何の問題もありませんでした。ボタンをクリックするだけでサイトが切り替わるといった感じで、すべての要素が的確に切り替わり、調整はまったく不要。ですから、とても簡単でした」と Frater 氏は語っています。

マルチスクリーン対応への切り替えは直ちに劇的な効果を生み、1 日のページビュー数が 2 倍、サイトの滞在時間が 70% に増加したほか、切り替え当日だけでクリック単価が 50% もアップしました。そして、それ以降も**インプレッション単価が 50% アップし、ユニークユーザー数が 30% 増加**しています。

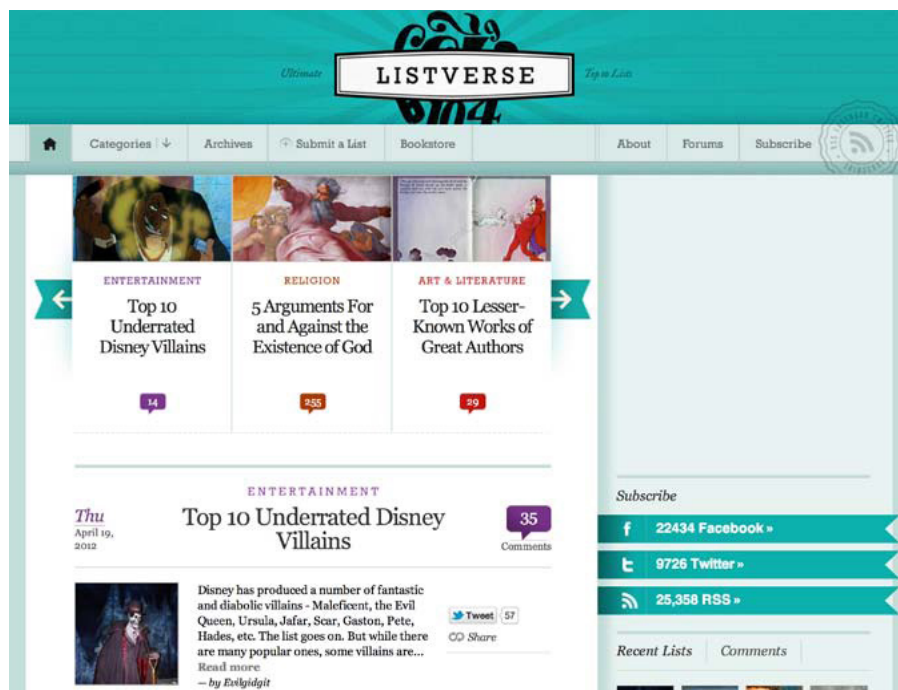
マルチスクリーン対応は、Listverse のデザイン戦略にもパラダイムシフトをもたらし、今ではまずモバイル サイトの開発に着手し、その後で PC サイトを開発するという手順が確立されました。モバイル サイトを優先することで、開発者にはシンプルな設計手法が求められるため、結果的に**より明快で使いやすいユーザー エクスペリエンスが実現**しました。

Frater 氏の次のような発言も当然と言えるでしょう。「**マルチスクリーン対応のデザインがもたらした効果は絶大で、そのメリットは計り知れません。**」

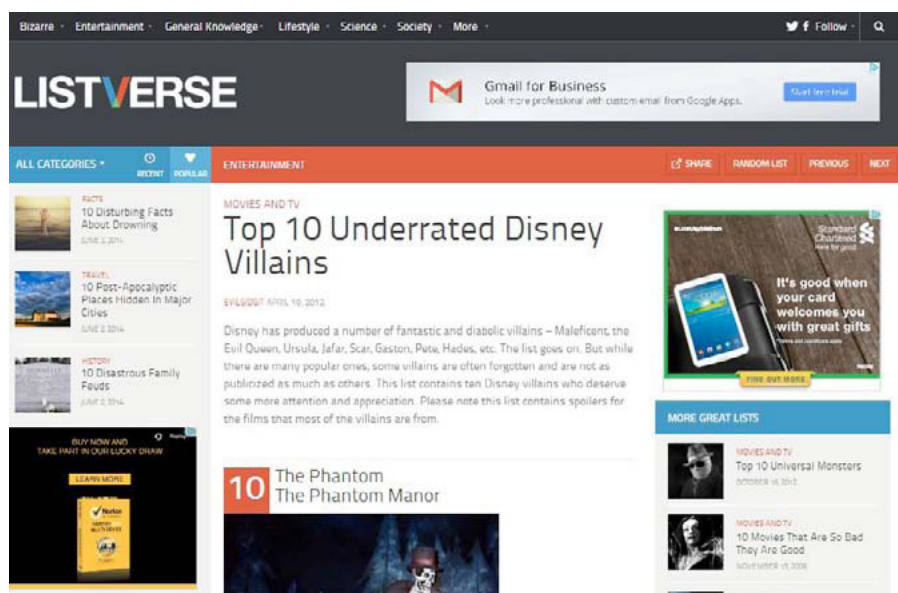
「今では 1 つのプラットフォームに変更を加えれば、即座にすべてのプラットフォームに変更が反映されるため、ユーザーが使用しているデバイスの種類にかかわらず、シームレスな利便性を提供できるようになりました。」

- **Jamie Frater** 氏、 **Listverse** 創設者兼 CEO

マルチスクリーン対応前: Listverse の以前のサイトのデザイン



マルチスクリーン対応後: Listverse の新しいサイトのデザイン



マルチスクリーン対応について
今日のメディア利用の 90% はスクリーンを介して発生し、消費者は目的に合わせてスマートフォン、タブレット、PC、テレビを切り替えて利用。このマルチスクリーン行動は急速に定着しつつあり、今やビジネスにとっては、こうした事実を認識することが不可欠。そこで Google のマルチスクリーン対応のリソースを活用すれば、どのデバイスでもシームレスな閲覧環境を提供できるウェブサイトの構築が可能に。

詳細:

<http://www.google.com/think/multiscreen/whitepaper-multiscreenconsumer.html>