

# はじめての コールトラッキング

広告からの電話反響を測定

# 目次

---

コールトラッキング概要	p.3
1. 電話問い合わせにおける 効果測定の記事	p.4-9
2. コールトラッキングツールとは	p.10-24
① 広告主編	p.14-17
② メディア運営企業編	p.18-23
3. CallTracker とは	p.25-32
4. CallTracker活用方法	p.33-39





## コールトラッキングはこんなに企業におすすめ

- ・ 広告を掲載しているメディア・プラットフォーム運営企業
- ・ 電話番号を掲載した広告を打っている企業



## コールトラッキングでできること

- ・ WEB広告/新聞やテレビ広告から電話をかけてきた人の追跡
- ・ ツールによっては自動音声やWEB通知等の機能を追加可能



## コールトラッキングの仕組み

1. トラッキングのための電話番号を発行
2. 各広告に異なる番号を掲載
3. 番号にかけると自動で広告主の電話番号に転送
4. 番号をもとにどの媒体の広告から流入したか確認可能に

※トラッキング番号はナビダイヤルやフリーダイヤルに設定可能



## メディア運営企業

- ・ 集客効果を可視化し広告主獲得
- ・ アフィリエイト広告の成果の計測



## 広告主

- ・ 複数広告の効果を分けて可視化
- ・ 電話問い合わせに関するデータをマーケティングに活用

広告からの電話反響を測定する効果測定サービス



CallTrackerは国内初・実績No.1の  
コールトラッキングサービス！  
電話応対にかかわるデータをデジタル化  
することで電話機能のDX化をお助け！



# 第1章

電話問い合わせにおける効果測定 of 課題

# 1. 電話問い合わせにおける効果測定 of 課題

## ◆電話と広告の関係性

オンライン広告（ディスプレイ広告やメディアのサイト など）やオフライン広告（チラシ、看板広告 など）には電話番号が記載されていることが多い

CallTracker

お気軽にお問い合わせください  
**TEL 050-1860-1803**  
受付時間 | 9:00-18:00 (平日)

年間総着信件数  
1,220万件以上

利用番号数  
52万番号以上

お問い合わせは  
こちら

20年以上  
資料はこちら

Webサイト

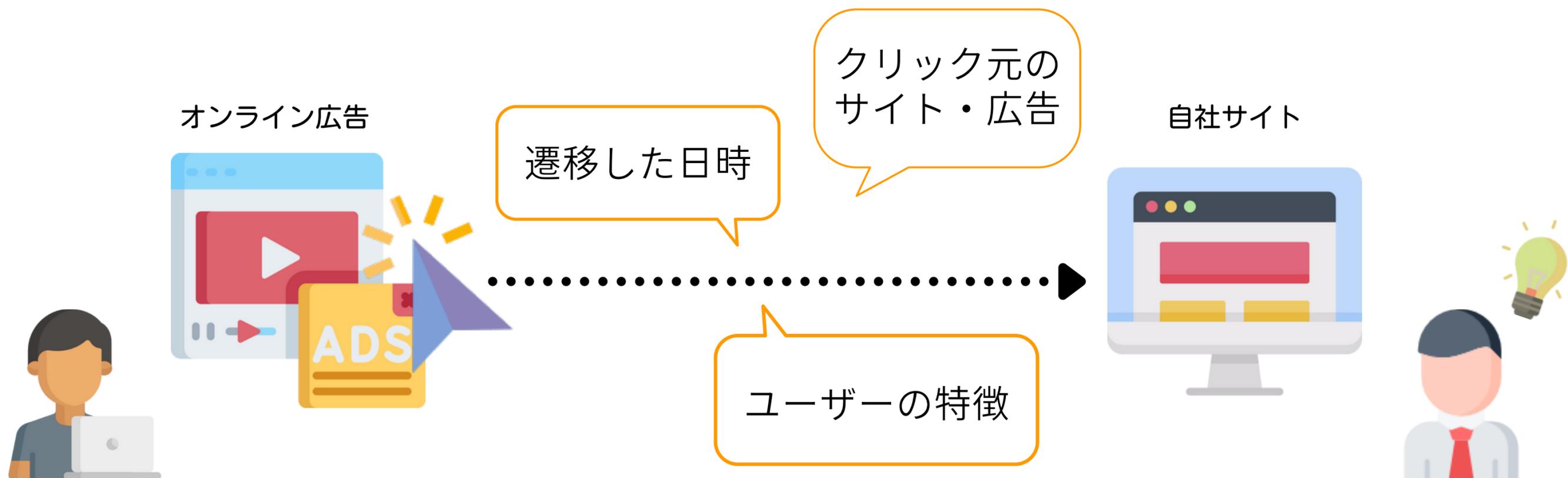
看板広告

チラシ

## ◆ 広告の効果測定はどうおこなわれているのか

### オンライン→オンラインの場合・・・

- クリックや自社サイトへの遷移といったユーザーのアクションを統計化・可視化しやすい
- 運用支援サービス・ツールが成熟しており選択肢が豊富である



## ◆ 広告の効果測定はどうおこなわれているのか

### オンライン広告→電話問い合わせの場合・・・

- 電話での取引はオフラインのため、Web上での行動との紐づけが難しい
- サイトに表示された番号をタップしたかどうかの計測は可能だが、発信のキャンセルや誤タップを考慮するのが難しい

### オフライン広告→電話問い合わせの場合・・・

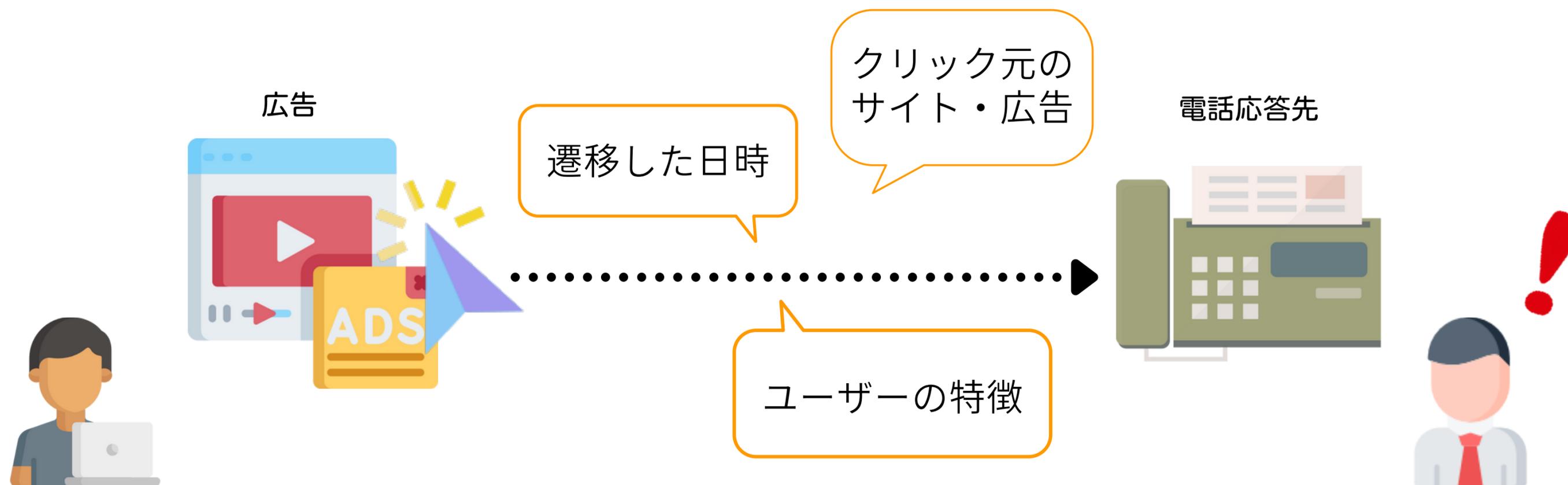
- 電話をかける前の行動を追跡できない
- どのオフライン広告を見ているのかがわからない

**オンライン/オフライン広告→電話問い合わせでは、問い合わせ電話をかけた「ユーザー情報」と広告を結びつけることができない。**

## ◆ 広告から電話への流入経路を特定し、可視化するのがコールトラッキング

- どこでどんな広告を見て電話したのかを測定することができる
- 集めたデータをデジタル化し、自動で集計してくれる

詳しい仕組みは第2章で！



1 容易に広告の集客効果を数値化できるオンライン広告とは違い、**電話**につながるオンライン広告やオフライン広告からでは**広告**と**広告を見た後のアクション**を**結びつけにくい**。

2 広告から電話への流入経路を特定し、可視化するのが**コールトラッキングツール**である。



# 第2章

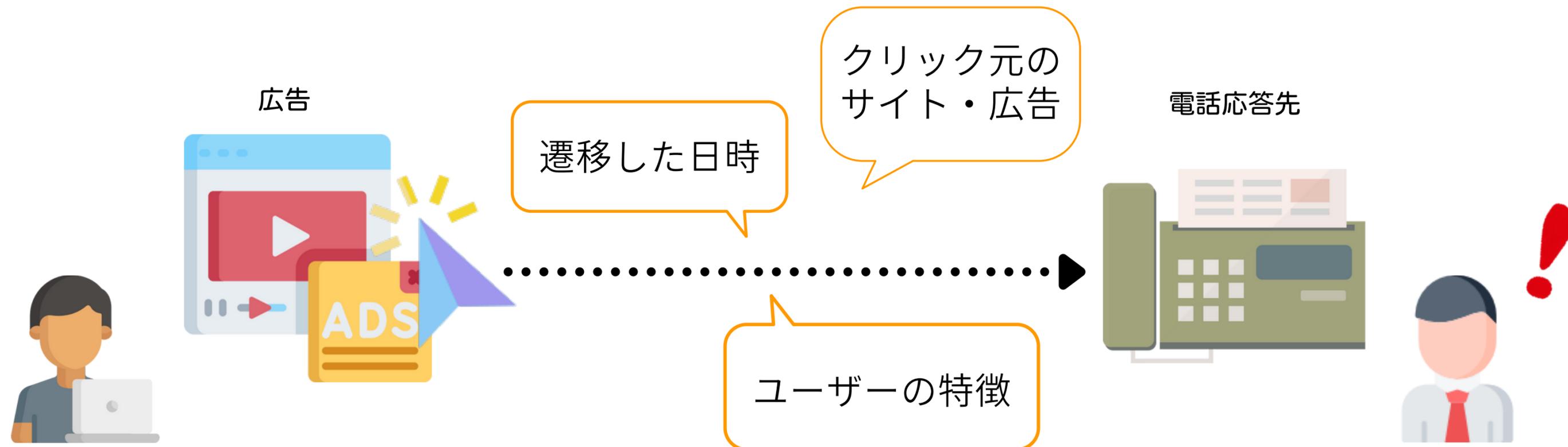
コールトラッキングツールとは

### ◆コールトラッキングツールとは？

- 電話/call を 追跡/tracking するためのツール
- おもに、**広告を見た人からの電話を追跡**するのに活用されている

例) 商品の購入や予約申し込み

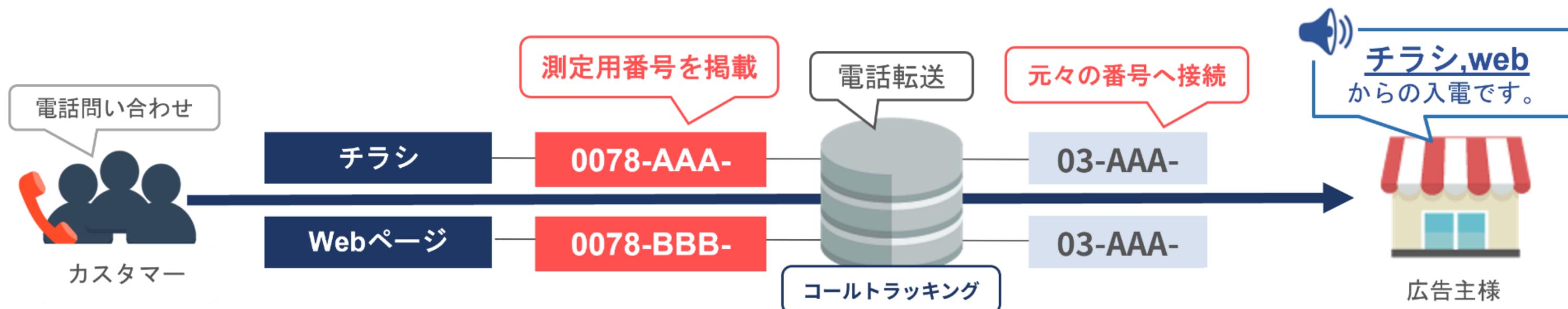
将来的に購入・契約につながる可能性が高い問い合わせ



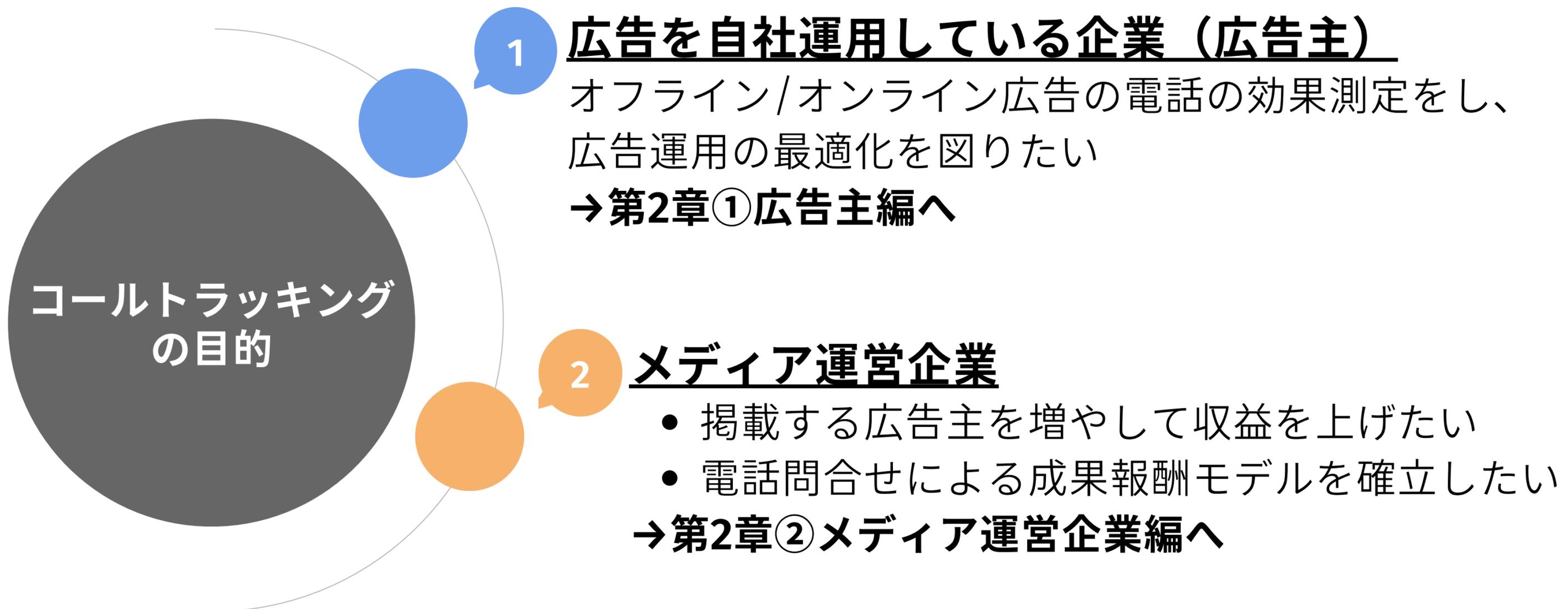
### ◆ どうやって電話を追跡するのか？

→ 予約や問い合わせの**流入経路ごとに固有の電話番号を掲載**すれば、  
どの広告媒体経由での電話なのか確実にわかる！

- トラッキングURLならぬ、**トラッキング番号**を発行し、広告主の電話に**転送**
- トラッキング番号は**ナビダイヤル**や**フリーダイヤル**に設定可能



### ◆コールトラッキングの利用目的

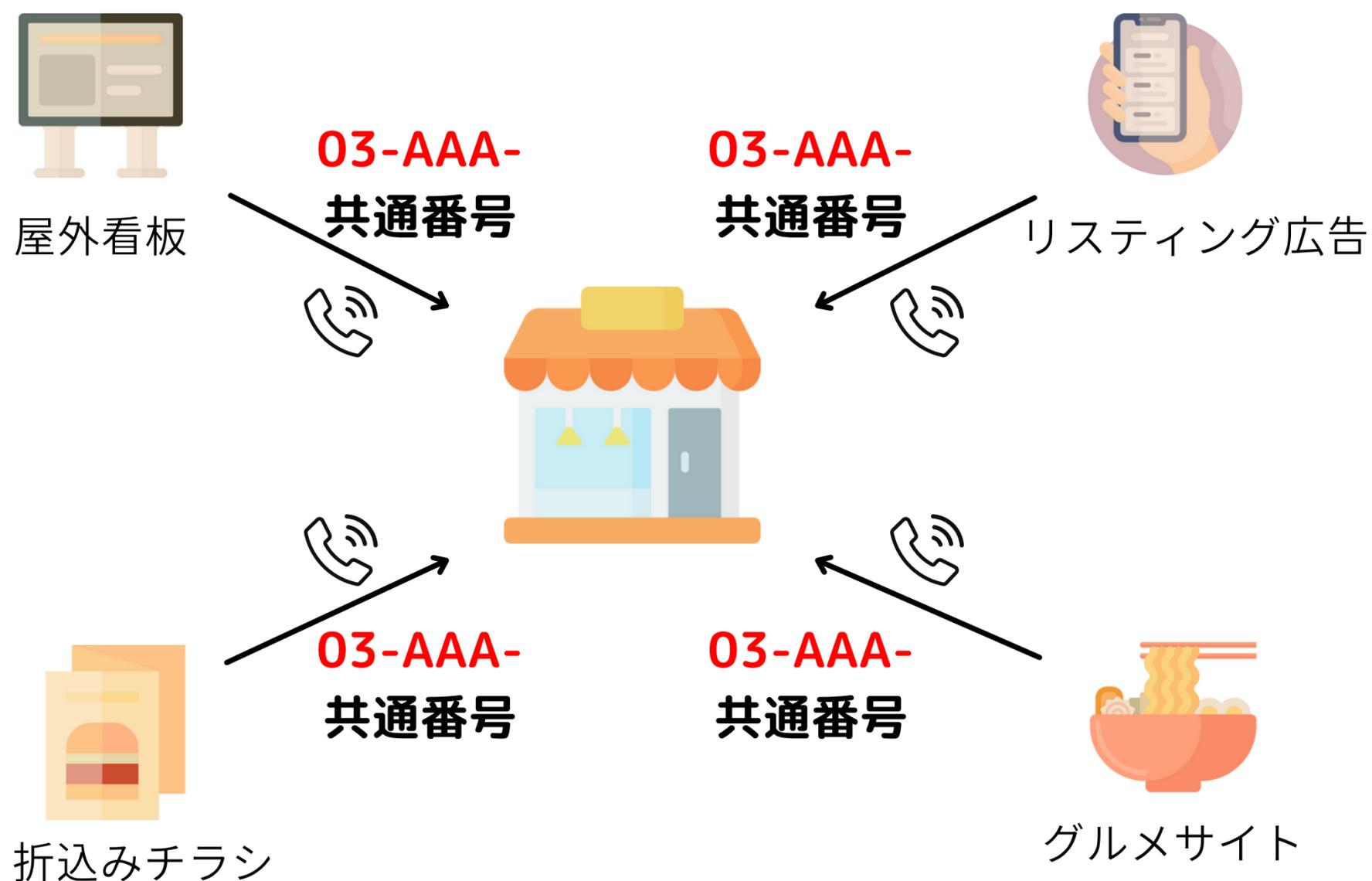




# 第2章

## ① 広告主編

### ◆ 広告主の「広告→電話」における効果測定の課題



どの広告媒体からの予約が  
1番多い？

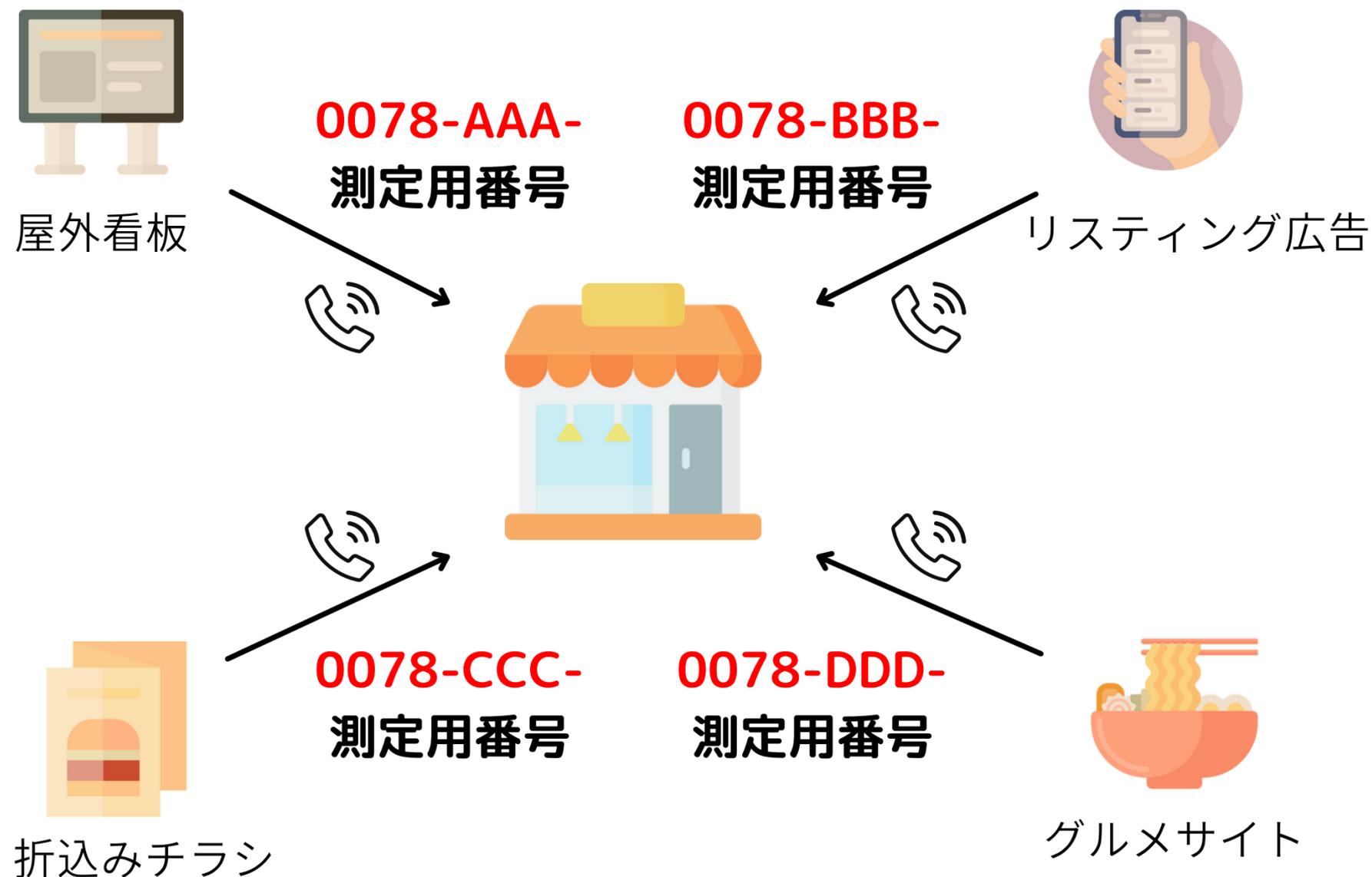
最も効果的な広告媒体に予算を  
注ぎたい！



予約電話が入っても、**共通の番号**から  
電話がかかってくると、**どの広告媒体**  
**からの流入**なのかがわからない

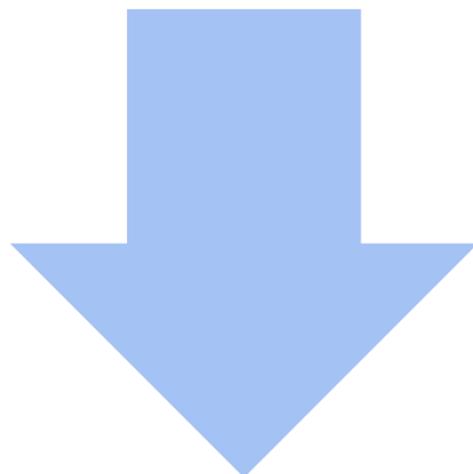
## 2. ① 広告主編

コールトラッキングを用いることで広告別に異なる測定用番号を設置。オフライン/  
オンライン問わず電話問い合わせの効果測定をし、**広告運用の最適化**を図ることが可能。



媒体	CV数
屋外看板 0078-AAA-	10
リスティング広告 0078-BBB-	30
折り込みチラシ 0078-CCC-	20
グルメサイト 0078-DDD-	40

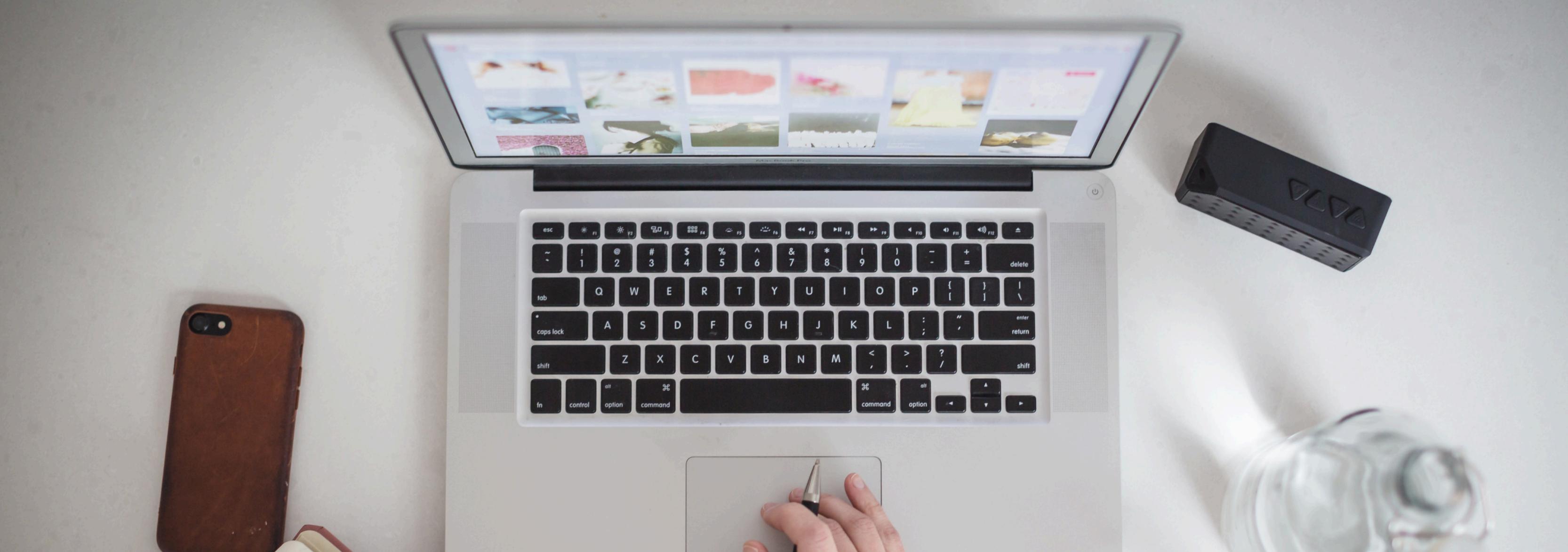
- 予約がどの広告媒体からの流入なのかが分からない
- どの広告媒体に最も効果があるのかが分からない



 CallTracker®

を用いると・・・

- 測定用の電話番号で広告媒体を区別
- オンライン広告だけではなくオフライン広告の効果測定も可能
- 最もCV数の多い広告媒体の特定が可能
- 広告運用の最適化が可能



# 第2章

## ②メディア運営企業編

### ◆メディア運営企業の目的①

掲載する広告主を増やして収益を上げたい

→自社媒体の影響力を広告主に示すことが必要



共通番号  
03-AAA-

このサイト内で発生した電話予約  
数はどのくらいだろう



共通の番号をそのまま掲載すると、  
”メディア経由での予約”数を把握できない  
→媒体の影響力を広告主に示せない

## 2. ②メディア運営企業編

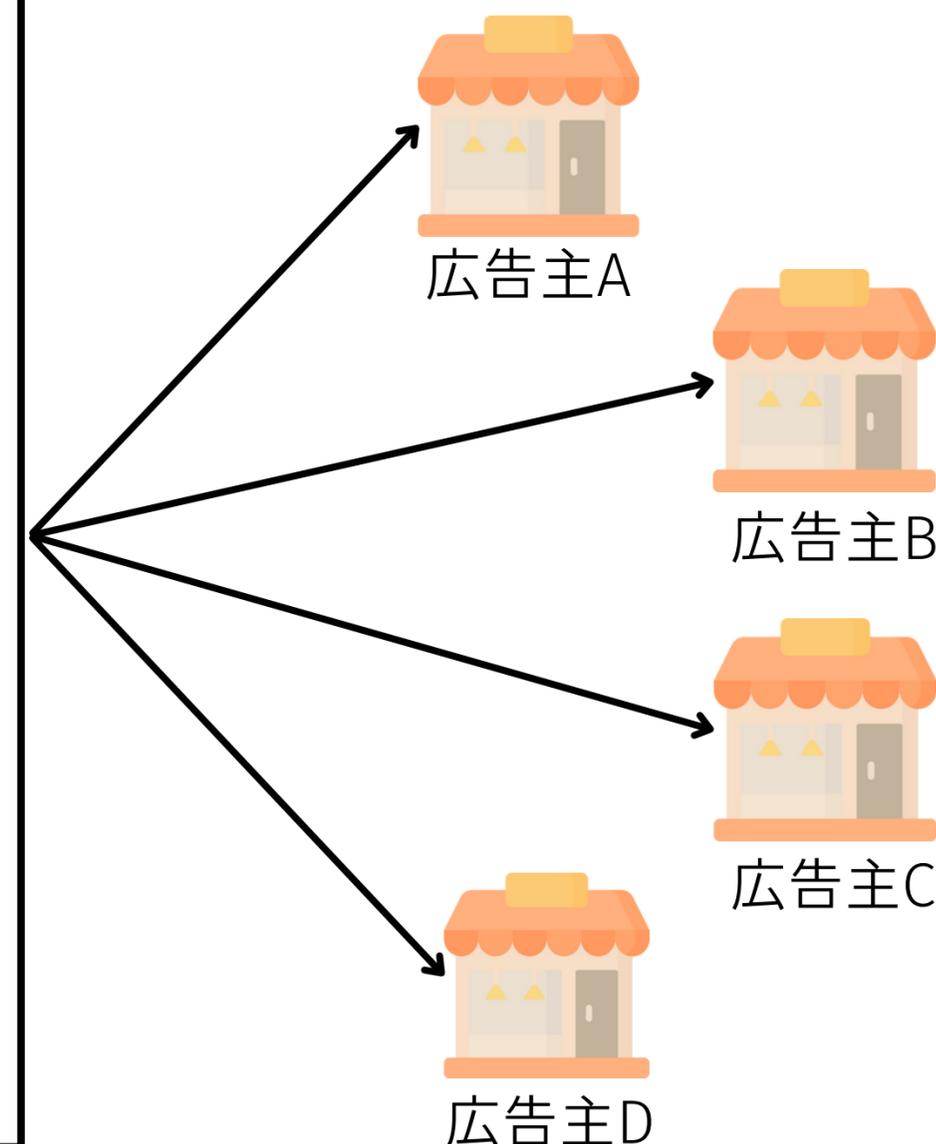
コールトラッキングを用いることで広告主ごとに測定用番号を設置し、**メディア経由での集客効果や主なターゲット層を可視化**。メディアの成果レポートとしても活用可能。



測定用番号  
**0078-AAA-**

### メディアA 報告レポート

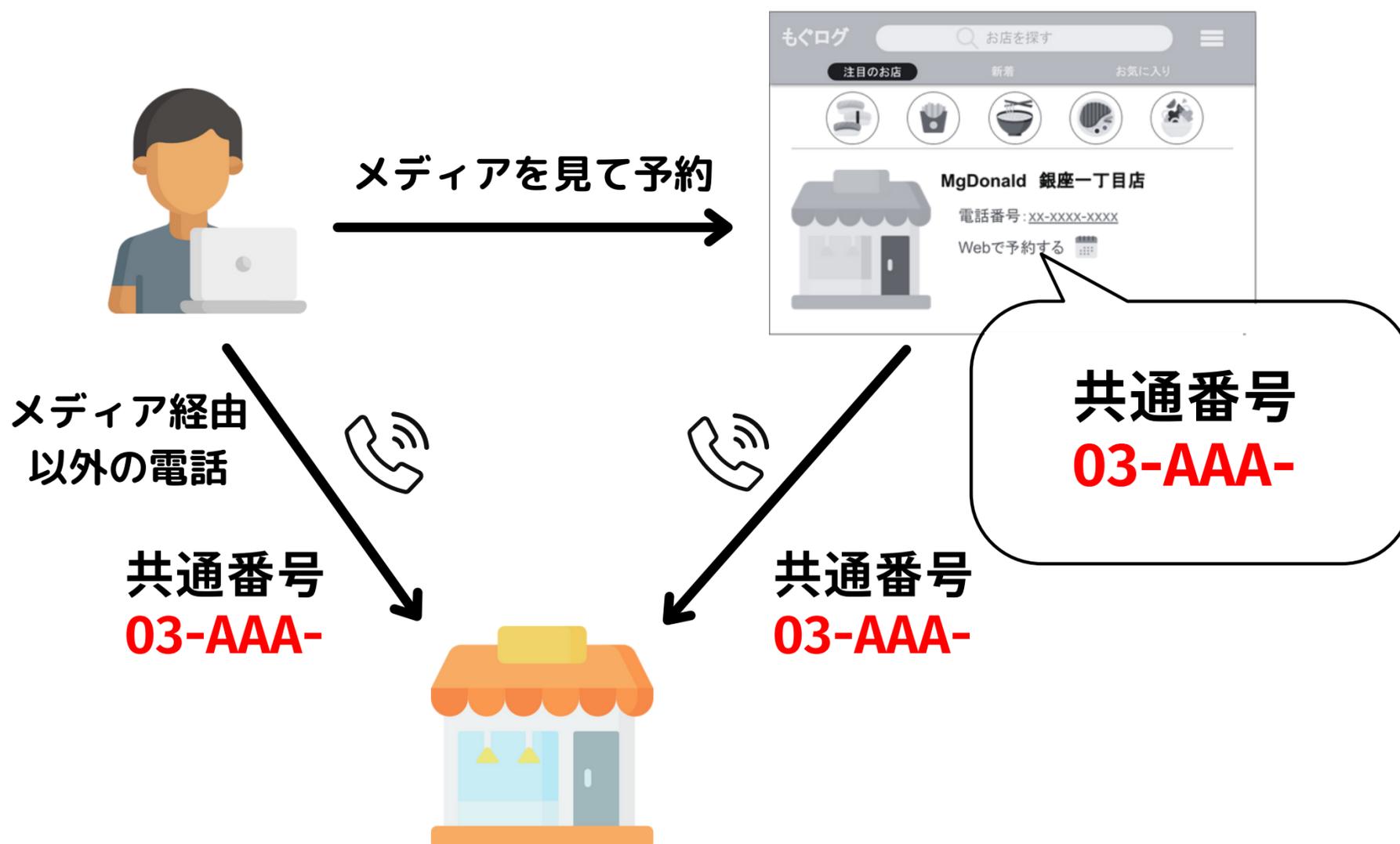
- CV数：40
- ターゲット層
  - 10代：1件
  - 20代：9件
  - 30代：20件
  - 40代：10件
  - 50代以上：0件



### ◆メディア運営企業の目的②

広告主との間に正確な成果報酬モデルを確立したい

→メディア経由で成立した予約・送客を正確にカウントすることが必要



メディア経由の予約数はいくつだろうか？



共通の電話番号をそのまま掲載すると、**メディア経由の電話とそれ以外の電話**（他の場所に掲載した広告の効果による電話など）を区別できない  
→**成果報酬モデルの破綻**

## 2. ②メディア運営企業編

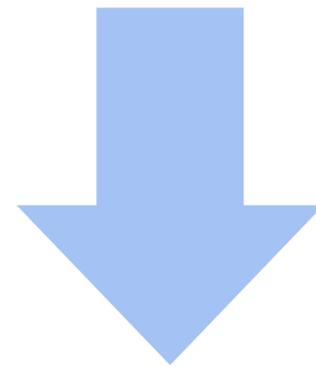
コールトラッキングを用いることで**メディア経由**で成立した予約の電話と**それ以外**の予約の電話（他の場所に掲載した広告の効果による電話予約など）を**区別**。

**予約・総客数を正確にカウント**し、広告主に**成果報酬を課金**することができる！



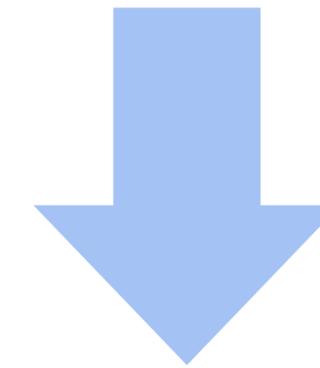
掲載する広告主を増やして  
収益をあげたい

広告主との間に正確な成果報酬  
モデルを確立したい



 CallTracker®

を用いると・・・



集客効果や主なターゲット層を  
可視化

→メディアの影響力を広告主に  
示すことができる

メディア経由の予約・送客数を  
正確にカウント

→成果報酬を抜けもれなく  
広告主に課金できる

- ① コールトラッキングツールを活用して電話問い合わせを追跡することで、**広告の効果測定**ができる。
- ② 広告主はコールトラッキングツールを利用することで**広告運用の最適化**を行うことができる。
- ③ メディア運営企業はコールトラッキングツールを利用することで掲載する**広告主を増やすこと**や**成果報酬モデルの確立**を行うことができる。



# 第3章

## CallTrackerとは

# 3. CallTrackerとは



株式会社コムスクエアが開発・販売するコールトラッキングツール。

**月1万円**から広告媒体を問わず、電話反響を分析できる。

**無制限のトラッキング番号で、経路を細かく自動計測**できるため、より効果的な広告戦略につなげることができる。

## 基本利用料

050番号プラン	0800番号プラン	0078番号プラン	0120番号プラン
<b>10,000</b> 円/月	<b>10,000</b> 円/月	<b>20,000</b> 円/月	<b>20,000</b> 円/月
合計100番号まで使い放題 101番号から1番号につき100円/月	合計3番号まで使い放題 4番号から1番号につき 初期：1,000円 月額：1,000円/月	番号を無制限で使い放題	合計3番号まで使い放題 4番号から1番号につき 初期：3,000円 月額：2,500円/月

## ◆CallTrackerの基本機能

基本機能 ～効果測定に必要な機能～	
通話ログ	いつ・どの媒体経由で・だれに問い合わせ電話が入ったのかを確認可能
レポート	横断的に複数の広告主の着信件数や通話秒数といったデータを統計化
入電ガイダンス	入電時にガイダンスを流し、どの広告媒体からの電話かをオペレーターに伝達
有効コール判定	通話秒数や発信者からその電話が有効/無効かを判定
着信拒否	指定した電話番号からの入電を事業者単位、番号単位で着信拒否

## ◆CallTrackerの機会損失削減機能

機会損失削減機能 ～「出られなかった電話」をフォローする機能～	
メール通知	通話の発生時に、指定されたメールアドレスに通話の履歴を通知
コールキューイング	通話中などで電話に出られない際、音声ガイダンスで通話をお待たせ
ラウンドロビン (順次転送)	転送先が電話に出られない際に、次の候補の転送先に接続先を変更
スケジュール設定	音声ガイダンスを流したり、SMSを送信したりするなど、着信時の振る舞いを曜日/時間などにより設定
不在設定	オペレータが電話に出られなかった際の挙動を設定

## ◆CallTrackerの音声解析機能

音声解析機能 ～通話の中身を分析できる機能～	
二者間通話録音機能	通話内容を録音、再生することが可能
通話内容テキスト化	録音データから通話内容をテキスト化
通話要約	テキストデータから、通話の内容をAIが要約
通話判定	テキストデータから通話結果（契約成立/不成立 など）を判定

## ◆CallTrackerの応用機能

応用機能 ～その他の便利な機能～	
IVR (自動音声応答機能)	音声ガイダンスやメニューオプションを流すことで、問い合わせ内容の振り分けや自動応答を実行
SMS連携機能	受電後にユーザーやオペレーターに予約の確認や着信のお知らせをSMSで送信
API連携機能	運用を効率化するためにCRMやWeb解析ツールなどのツールとAPI連携
音声ガイダンス作成	ガイダンス再生に利用する音声ファイルを弊社の担当者が作成
集計レポート	集計レポート画面で、目的に合わせた任意のレポートを作成
着信通知画面	コールトラッキング経由の着信を専用画面でリアルタイムにモニタリングし、対応中のオペレーターを確認
任意番号	分析の粒度を向上させるために、コールトラッキングで発番済みの0078番号に任意の番号を末尾にセットし、架電時に通話ログと共に任意の番号を表示

## ◆導入後のサポートについて



### 24/265のサポートデスク

CallTrackerの運用にまつわる、あらゆる疑問・課題に対応。  
営業時間や祝祭日に関わらず、いつでも利用可能！

### 迅速な障害対応

コムスクエアは、通信キャリアでありツールベンダー。  
キャリア設備とCallTrackerのサービス設備どちらも  
自社で管理しているで、有事の際の障害対応が素早い！



# 3. CallTrackerとは

## ◆CallTrackerご導入企業（一部）

コールトラッキングツールの中で**シェアNo.1!**  
**多くの企業様**にご愛用いただいております。





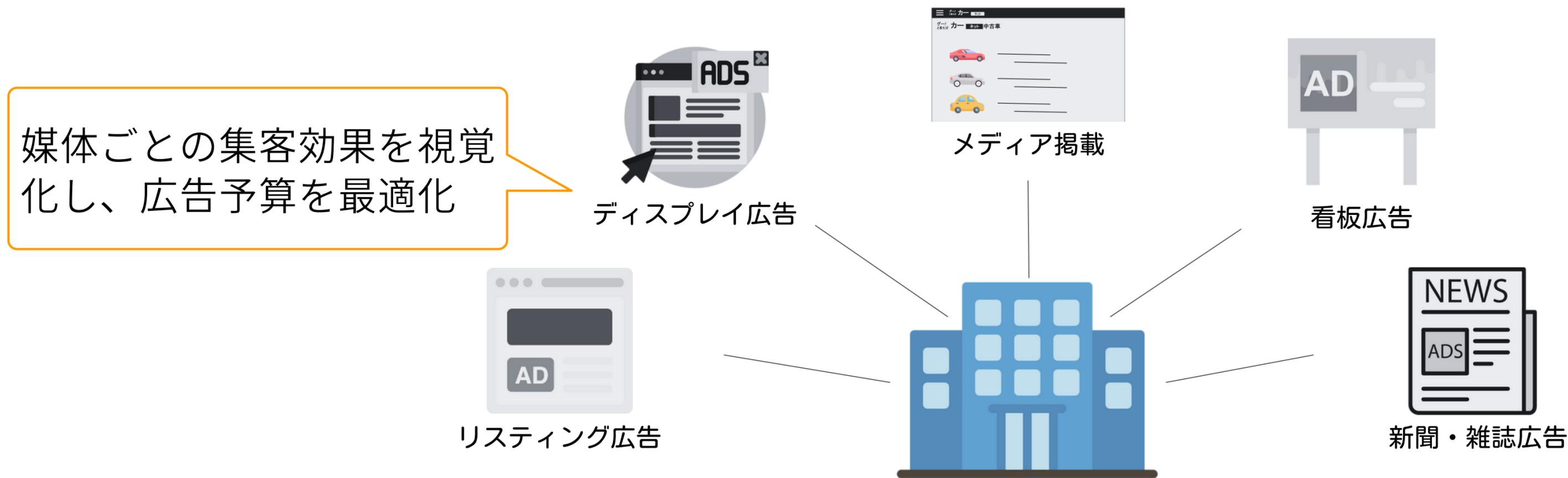
# 第4章

## CallTracker活用方法

## ◆ケース別利用法① 電話問い合わせの効果測定をしたい

オンライン広告に加えて、屋外看板やチラシなどのオフライン広告も運用しており、広告媒体ごとの顧客流入数をカウントして将来の広告運用に活用したい。

### 使う機能例：基本機能



## ◆ケース別利用法② 機会損失を削減したい

せっかくの問い合わせ電話を逃すと、顧客獲得チャンスが無駄になってしまう。  
混雑時の応答前切断を防いだり、不在着信を知らせてくれる仕組みが欲しい。

使う機能例：メール通知、コールキューイング、不在設定 など（機会損失削減機能）

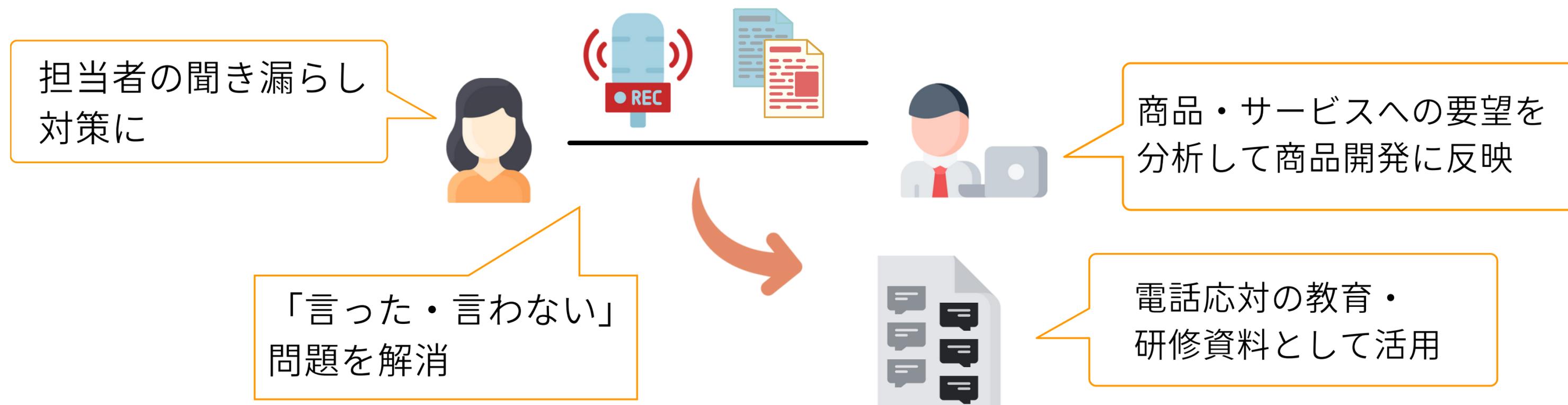


## ◆ケース別利用法③

### 電話問い合わせに関するデータをマーケティングに活用したい

マーケティングにおいて、オンラインデータは積極的に活用されている一方、顧客との「声のやり取り」に眠る価値は見落とされがち・・・

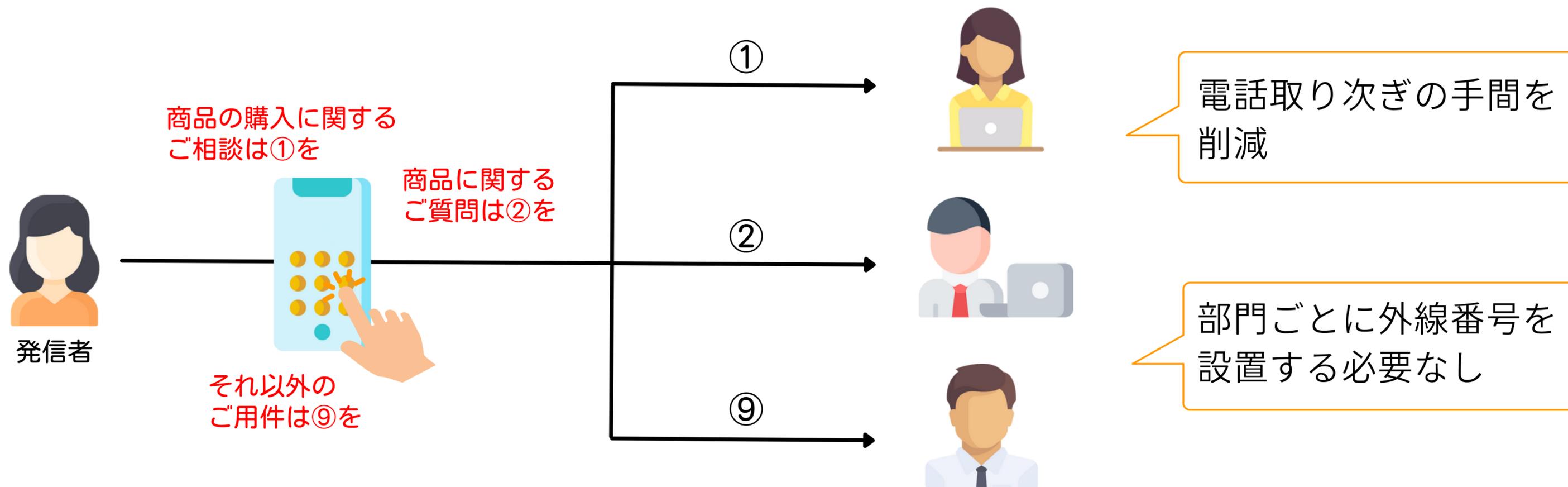
**使う機能例：二者間通話録音機能、通話内容テキスト化 など（音声解析機能）**



## ◆ケース別利用法④ 煩雑な電話対応業務を改善したい

鳴り止まぬ電話問い合わせや担当者への取り次ぎにリソースが削られ、コア業務に集中できない。電話対応を効率化して業務改善をすすめたい。

使う機能例：IVR など（応用機能）

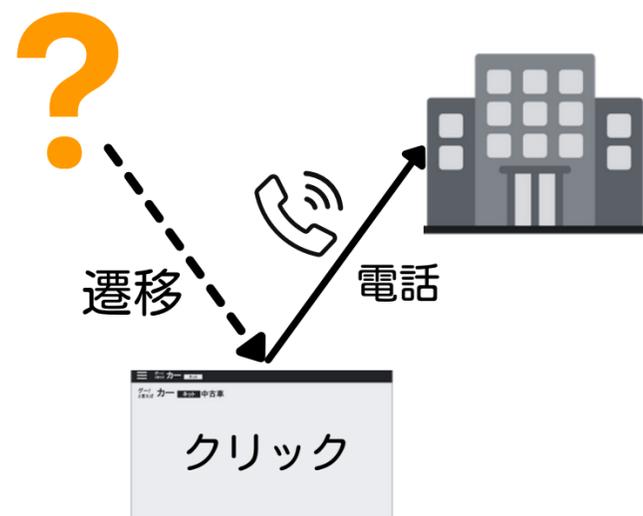


## ◆ケース別利用法⑤ オンライン・オフラインの広告データを統合したい

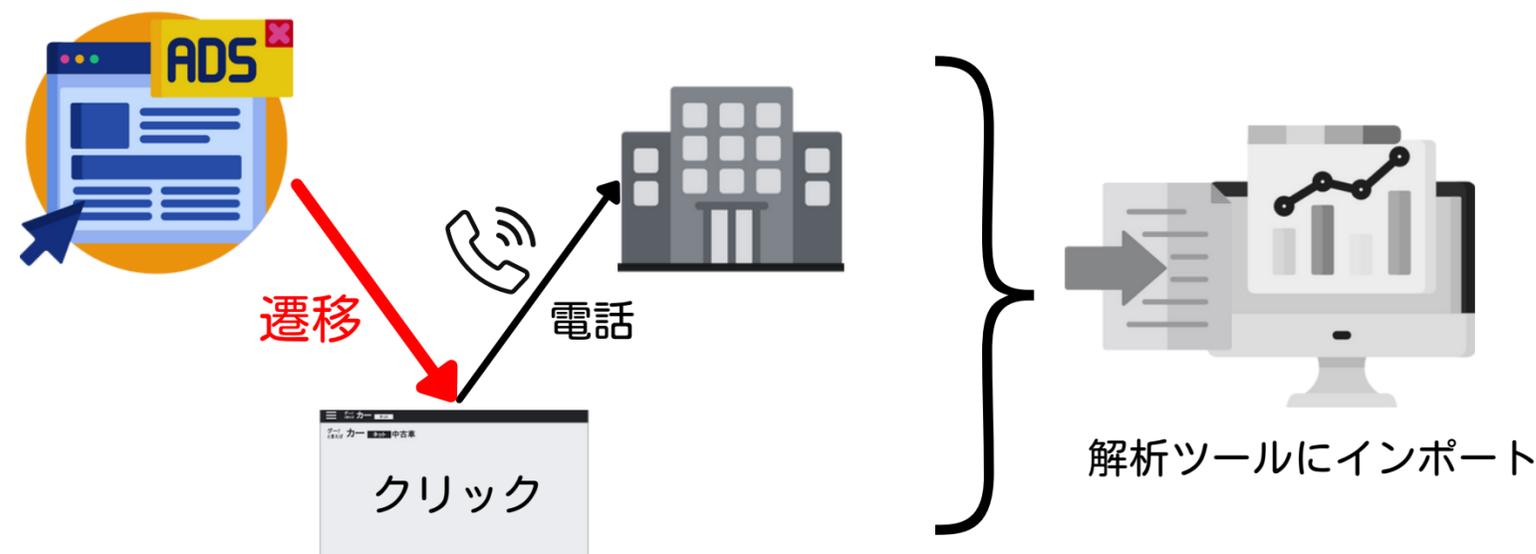
Web広告や自社サイト上でユーザーがアクションを起こす度に自動でトラッキング番号を発番（動的発番）して紐づけ、詳細な広告データとして可視化したい。

使う機能例：任意番号 など（応用機能）、API連携

通常のコールトラッキング



動的発番によるトラッキング



最終的な問い合わせの流入元は分かるが、  
ユーザーがどのような経緯で問い合わせ  
てきたかまでは把握できない

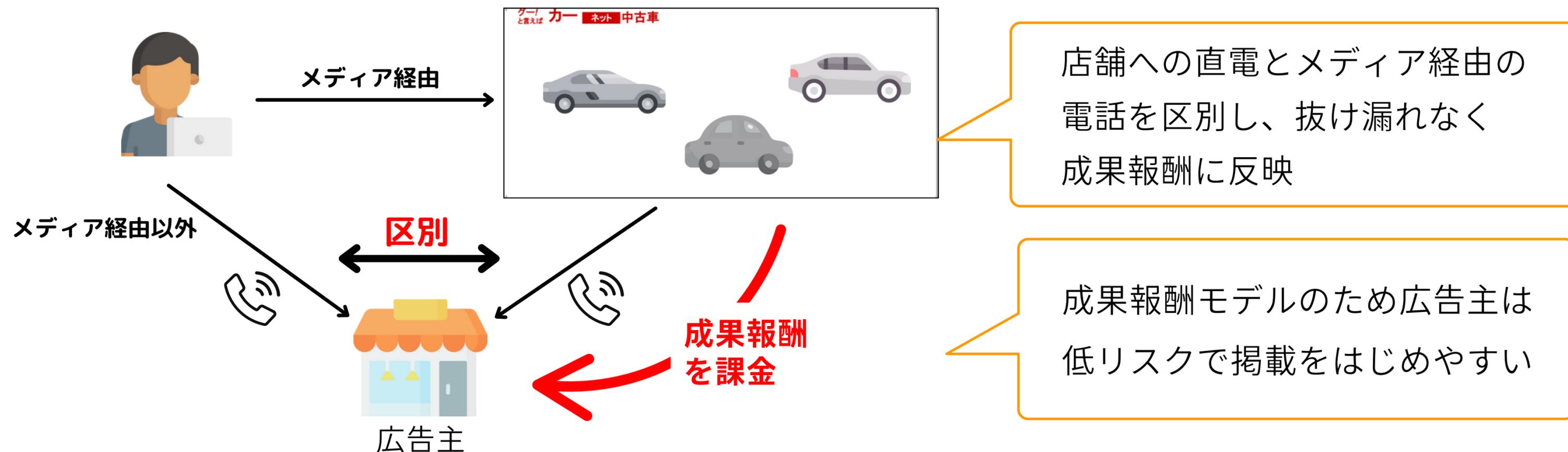
問い合わせ電話に至るまでに経由した媒体・  
アクションを可視化し、オンライン～電話  
問い合わせまでを広告データとして蓄積可能

## ◆ケース別利用法⑥ 電話問い合わせの成果報酬モデルを確立したい

自社メディアを通じて獲得した予約・問い合わせ数を漏れなくカウントして成果報酬を広告主に課金したい。

→ 正確な成果報酬モデルにより自社メディアへの信頼性が向上、より多くの広告主の獲得へ

使う機能例：基本機能、集計レポート（応用機能）、通話判定（音声解析機能）など



# THANK YOU !

詳しい情報は以下から製品サイトをご覧ください。

Icons are Designed by Freepik- Flaticon

オンラインからオフライン広告まで。

## 気軽に始められる コールトラッキング

月額1万円～コストを気にせずに、無制限の  
トラッキング番号で成果を細かく分析できます。

★★★★  
利用番号数  
52万番号以上  
※1

★★★★  
年間総着信件数  
1,220万件以上  
※2

★★★★  
コールトラッキング  
サービス提供  
20年以上

※1.2024年5月までの払い出し番号実績（自社調べ）※2.2023年ご利用実績（自社調べ）



株式会社コムスクエア

Email : [mktg-c@comsq.com](mailto:mktg-c@comsq.com)

Tel : 050-1860-1802

URL : <https://www.calltracker.jp/>

