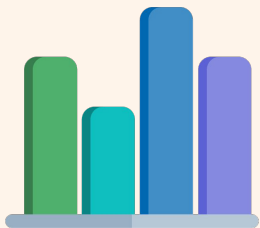


HubSpot

レポート事例集



目次

P3	はじめに
P4	KPI設計について
P7	HubSpotのレポート機能の概要
P15	カスタムレポート作成方法
P25	HubSpotで作るレポート事例
P28	MarketingHub レポート事例
P41	SalesHub レポート事例
P54	ServiceHub レポート事例
P66	Appendix
P72	おわりに

はじめに

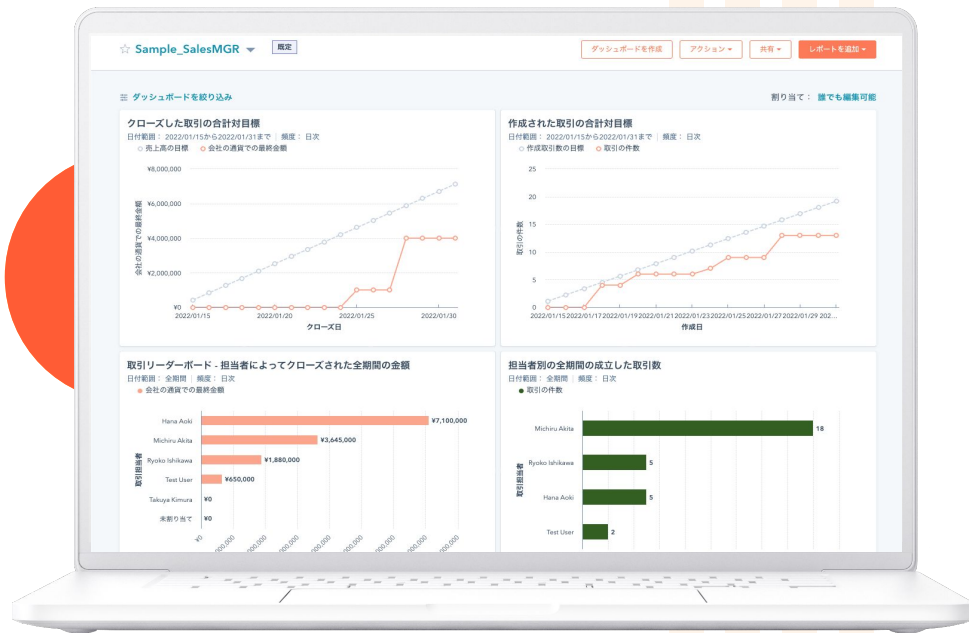
本資料では、HubSpotのレポート機能の活用方法を実例を交えてご紹介します。

HubSpotのレポート機能を活用すれば、マーケティング、営業、カスタマーサービスすべての目標に対する進捗を可視化し、改善につなげることができます。

HubSpotご用意しているテンプレートのレポートから、ゼロからカスタムで作成できるカスタムのレポートまで、お客様のニーズやビジネスに応じた柔軟なレポート作成が可能です。

- マーケティング、営業、カスタマーサービスで何をKPIに設定すべきかわからない
- 見たいレポートはあるものの HubSpotでどう作成したらよいかわからない

等の疑問をお持ちの方にとって必要なレポートの事例と解説を70ページの資料にまとめましたので、ご活用いただければ幸いです。



KPI設計について



KPI設計のポイント

レポート作成の前に、現在のKPIが正しく設定されているか確認をしましょう。

設定されていない場合は、下記のポイントを参考に、これを機に成果につながるKPI設計をしましょう。

From



「見るべき」ではなく「見ることができる」指標を大量に作る



ビジネスパフォーマンスを自社都合だけで考える



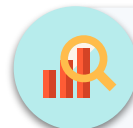
指標同士に関係性がなく、アクションが改善につながらない



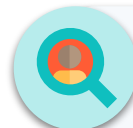
チーム間の目標の単位がずれていて、縦割りの管理に陥る



To (成果につながるKPI)



ビジネス状況にとって
重要な指標 (=ゴール・KPI)に絞る



自社のパフォーマンスを管理する指標を**顧客視点**で考える



ゴールとKPIの関係性を明らかにする
(例: 新規売上 = 単価 × 受注数)

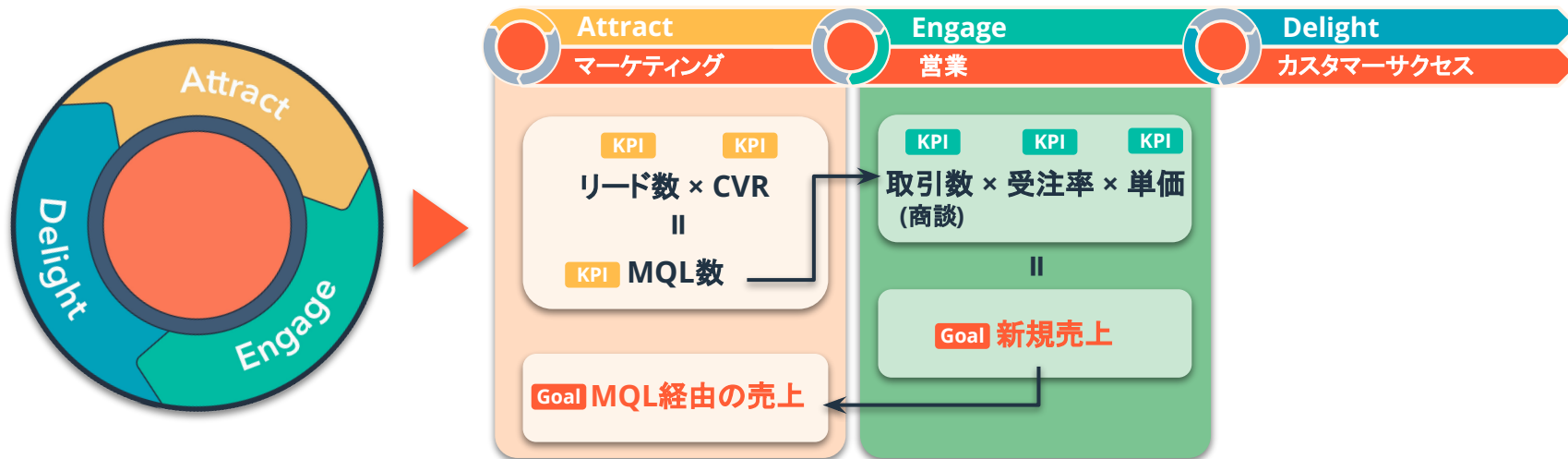


異なるチーム間の **KPIをつなげる**
(後のページで詳述)

参考: [マーケティングのSMARTゴール設定方法](#)

異なるチーム間でのKPIをつなげて摩擦を減らす

例えば、BtoB企業でマーケティングチームはリードの数、営業チームは売上(金額)をゴールやKPIにしている場合は、マーケティングチームのゴールとなる指標も数ではなく金額に統一します。



参考: [HubSpotのフライホイールモデル](#)



KPIを金額に統一したことで、マーケティングチームにも「受注に貢献するリード」という「質」の観点が生まれます。「リードの数はあるのに営業が受注できない」「リードの数はあっても受注につながらない」といったチーム間の摩擦をゴール・KPI設定によって減らしましょう。

HubSpotのレポート機能の概要

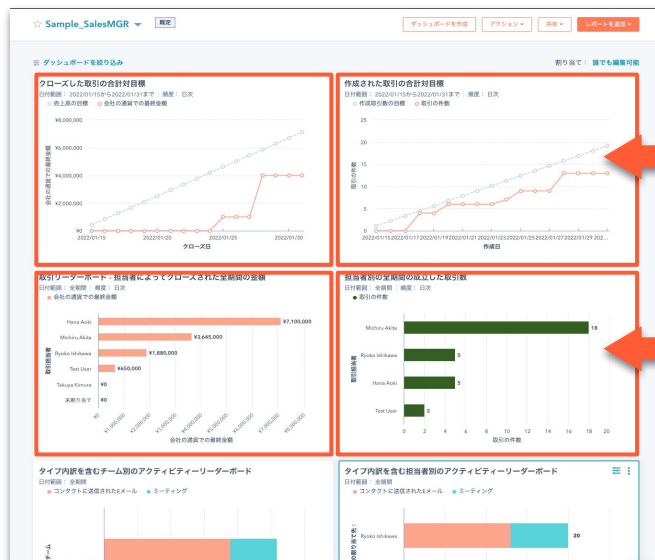


レポート機能概要

ダッシュボードとは複数の表やグラフから構成され、それらを一覧表示する機能です。一方、レポートとはダッシュボードの構成要素で個別の事象を表す表やグラフです。レポートはさらに「アナリティクス」「テンプレートレポート」「カスタムレポート」「機能配下のレポート」に分類されます。



ダッシュボード



レポート

1.アナリティクス



2.テンプレートレポート



3.カスタムレポート



4.機能配下のレポート*



*機能配下の一部のレポートはダッシュボードに追加できません。

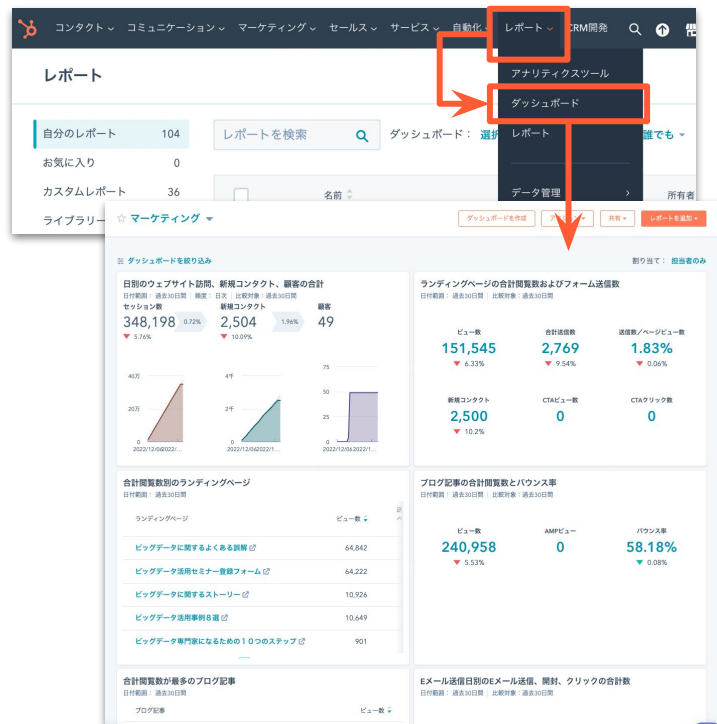
ダッシュボード



ダッシュボードとはレポートなどを一覧で見ることができる機能で、全体像を把握し、KPIを管理するのに最適です。

- ベストプラクティスを集めたテンプレートダッシュボードの他、一から作れるカスタムダッシュボードがあります。
 - 格納できるもの
 - ✓ テンプレートレポート、カスタムレポート
 - ✓ アナリティクス、機能配下レポート(一部)
 - ✓ テキスト、画像、動画
 - ✓ 外部ツールのデータ
- ※Google スプレッドシート、YouTube、Googleスライド、Googleデータポータル、Databoxなど
- Slackで共有したり、メールで定期配信できます。

▼ダッシュボードへのアクセス



レポート - 1.アナリティクス



アナリティクスとは、一部のカテゴリに特化した複数のレポートを見られる機能です。

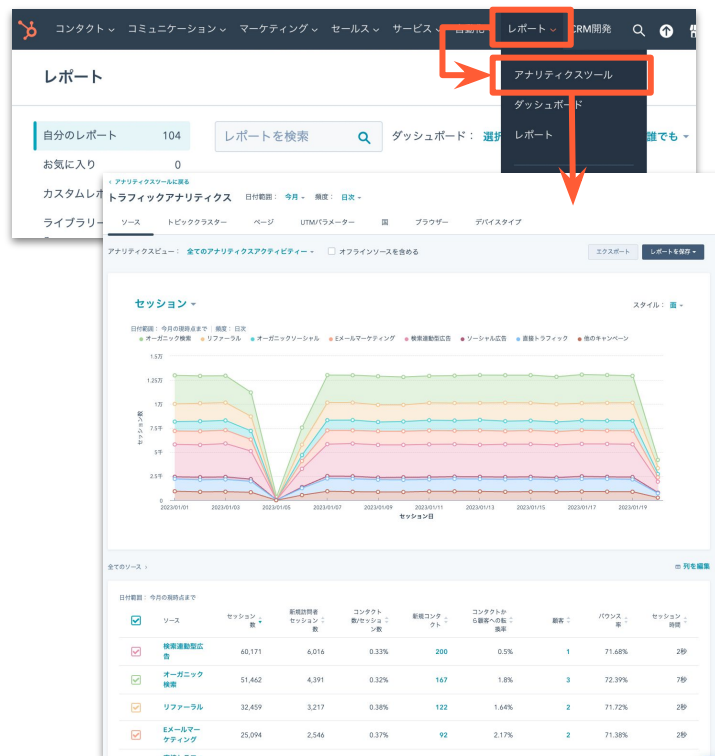
- バックエンドのシステムで加工したデータを活用しているため、他のレポートでは得られない高度なインサイトを得ることができます。
- フィルターをかけることはできますが、引用するデータをカスタマイズすることはできません。

アナリティクスレポートの種類

セールスアナリティクス、トラフィックアナリティクス、サービスアナリティクス、カスタム行動イベント広告、キャンペーンアナリティクス、コンタクトとアナリティクス、SEOアナリティクス、収益アナリティクス、セールスコンテンツアナリティクス、フォーム。

(利用できるアナリティクスはご契約プランにより異なります。詳細は「プランごとに作成できるレポートの種類、レポート・ダッシュボード数 (67p)」をご確認ください。

▼アナリティクスへのアクセス



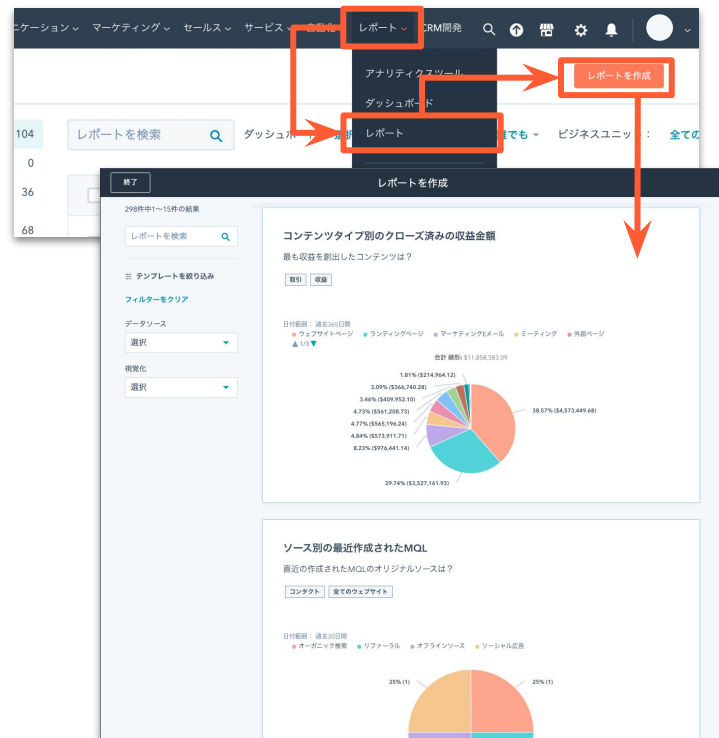
レポート - 2.テンプレートレポート



単体のレポートのテンプレートです。マーケティングから営業、カスタマーサポートに関連する約200種類のすぐに使えるテンプレートがあります。

- 検索やフィルター機能で、自社にあったテンプレートを見つけることができます。
- 選んだテンプレートにフィルターをかけたり、引用するデータをカスタマイズすることもできます（一部テンプレートを除く）。

▼テンプレートレポートへのアクセス

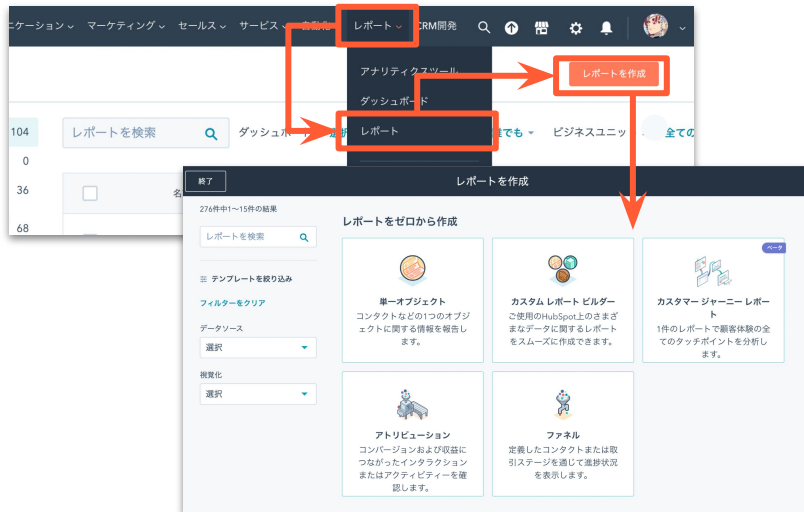


レポート - 3.カスタムレポート



テンプレートを使わずにスクラッチで作る単体のレポートです。さらに「単一オブジェクト」「カスタムレポートビルダー」「ファネル」「アトリビューション」「カスタマージャーニーレポート」に分類されます。

▼カスタムレポートへのアクセス



単一オブジェクト

コンタクト、会社、取引、チケット等のオブジェクトのうち、一つのオブジェクトのデータで作るレポートです。



カスタムレポートビルダー

コンタクト、会社、取引、チケット等のオブジェクトのうち、複数のオブジェクトのデータで作るレポートです。



アトリビューション

コンバージョンおよび収益に繋がったインタラクションやアクティビティーを測るレポートです。3種類のKPIに対する貢献度を測定できます。

- リードの獲得に効果をもたらしたソースやアセットを測る、コンタクト作成アトリビューション
- 取引の獲得に効果をもたらしたソースやアセットを測る、取引作成アトリビューション *
- 収益の獲得に効果をもたらしたソースやアセットを測る、アトリビューション *



ファネル

特定のステージ間のコンバージョン率を表すレポートです。2種類のコンバージョンを測定できます。

- コンタクトのライフサイクルステージのファネル
- 取引ステージのパイプラインのファネル



カスタマージャーニー*

コンバージョンまでの任意のタッチポイントを指定して、どの顧客体験が最も効果的かを測るレポートです。



カスタムレポート機能は、テンプレートレポートに欲しいレポートがない場合の他、カスタムプロパティーを使ったレポートを作る場合に使います。

*Marketing Hub Enterpriseのみ

レポート - 4.機能配下のレポート



各機能に特化したレポートで、コンテンツを作成・公開すると自動で作成されます。各機能のパフォーマンスや分析タブからアクセスできます。

- フィルターをかけることはできますが、引用するデータをカスタマイズすることはできません。
- 機能別パフォーマンス分析を有する機能
 - **マーケティング**: 広告、Eメール、ランディングページ、ソーシャル、ウェブサイト、キャンペーン、フォーム、CTA
 - **セールス**: ドキュメント、シーケンス
 - **サービス**: ナレッジベース、フィードバックアンケート

▼ 機能配下のレポートへのアクセス

日付範囲: 全てのデータ 頻度: 月次

ページの測定指標

ページ閲覧数	合計フォーム送信数	新規コンタクト	新規顧客
56	42	17	16
バウンス率	ページビューあたりの時間	ページビューあたりのイグジット数	エントランス数
21.43%	2.8分	33.93%	42

カスタムレポート作成方法



カスタムレポート作成の前に...

下記3つのポイントで整理し、レポートに必要なプロパティー(件数、作成日、会社名、金額、アクティビティーのタイプなど)、オブジェクト(コンタクト、会社、取引、セールスアクティビティーなど)を決めます。

事前準備①

レポートの完成形をイメージする

受注に要した営業活動のタイプ
と数を把握したい

円グラフを活動のタイプ
で分割したレポート
がよさそう

事前準備②

レポートに必要なプロパティーは何か？を考える

必要なのは..

- 受注した取引の件数
- アクティビティーのタイプ(コール、ミーティング、タスクなど)
- アクティビティータイプごとの件数

事前準備③

オブジェクトを決める

- 受注した取引の件数→オブジェクトは「取引」
- アクティビティーのタイプ
- アクティビティータイプごとの件数 → オブジェクトは「セールスアクティビティー」

カスタムレポート作成の流れ

事前に整理した情報を元に、HubSpotでレポートを作成していきます。



カスタムレポート作成の流れ

①オブジェクトを選択



デフォルト データソース サンプルレポート データセット

検索可能なカスタマイズ

取引

CRM

マーケティング

セールス

取引

会社

チケット

アクティビティ

ウェブアクティビティ

ウェブサイトページ

コンタクトの広告インタラクション

ブログ記事

マーケティングメール

メディア

ランディングページ

広告パフォーマンス測定指標

Invoices

Quotes

Tasks

コール

セッション

セールスメール

セールスアクティビティ

取引分類

商品項目

②チャートのタイプを選ぶ



< レポート一覧に戻る 受注するために必要な営業活動のタイプと数

サンプルレポート レポートを保存

デモを試す データソースを編集 設定 フィルター (2件)

元に戻す やり直す 変更したら更新する エクスポート

2件のデータソース

タイプ

次の結果9件: 2件のソース

取引

オリジナル ソース タイプ

経常収益の取引タイプ

取引タイプ

アクティビティタイプ

コールおよびミーティングのタイプ

コミュニケーション ソース タイプ

タスクのタイプ

チャネルタイプ

場所タイプ

チャート

チャート設定

分類条件:

アクティビティタイプ

値

取引の件数

フィールドをここにドラッグ

合計 取引の件数: 9

11.11% (1)

22.22% (2)

11.11% (1)

11.11% (1)

22.22% (2)

22.22% (2)

11.11% (1)

③-aプロパティを選択

③-bフィルタを条件で絞る



例：受注に要した営業活動のタイプと数を把握したい

①オブジェクトを選択



2つ以上のオブジェクトのデータを使用する場合は、
カスタムレポートビルダーを選択

**単一オブジェクト**
コンタクトなどの単一オブジェクトについてレポートします。

**カスタムレポートビルダー**
ご使用のHubSpot上のさまざまなデータに関するレポートをスムーズに作成できます。

**ファネル**
定義したコンタクトまたは取引ステージを通じて進捗状況を表示します。

**アトリビューション**
コンバージョンおよび収益につながったインタラクションまたはアクティビティを確認します。



データソース サンプルレポート NEW データセット

関連付けをカスタマイズ

プライマリー データ ソース ②

取引

CRM

☐ コンタクト ☐ 会社 ☒ 取引

☐ チケット

マーケティング

☒ Cookieバナー ☐ ウェブアクティビティ ☐ ウェブサイトページ

☐ コンタクト別の広告インタラクション ☐ ブログ記事 ☐ マーケティングEメール

☐ メディア [ベータ](#) ☐ ランディングページ ☐ 広告パフォーマンス測定指標 [ベータ](#)

セールス

☐ Invoices ☒ Quotes [新機能](#) ☐ Tasks

☐ コール ☐ シーケンス [ベータ](#) ☐ セールスEメール [ベータ](#)

☒ セールスアクティビティ ☐ 取引分割 ☐ 商品項目

例：受注に要した営業活動のタイプと数を把握したい



②チャートのタイプを選ぶ

デモを試す ▼

データソースを編集 <<

2件のデータソース

複数のソースで検索 🔍

参照： 取引（プライマリー） ▼

既定の測定値

セールスアクティビティの件数

取引の件数

設定

フィルター（1件）

チャート

チャート設定

分類条件：

例：受注に要した営業活動のタイプと数を把握したい

③-aプロパティーを選択



設定 フィルター (1件)

データソースを編集 <<

2件のデータソース

タイプ ×

次の結果9件: 2件のソース

- 取引
 - オリジナルソースタイプ
 - 経常収益の取引タイプ
 - 取引タイプ
- セールスアクティビティ
 - アクティビティタイプ
 - コールおよびミーティングのタイプ
 - コミュニケーションソースタイプ
 - タスクのタイプ
 - チャネルタイプ
 - 場所タイプ

チャート チャート設定

分類条件:

フィールドをここにドラッグ

値

取引の件数 ×

フィールドをここにドラッグ

フィルター

RBC 取引ステージ ×

- 取引の件数
- アクティビティタイプ

③-bフィルタを条件で絞る



設定 フィルター (1件)

元に戻す やり直す 変

次に一致する場合、データを含める:

下記の全てのフィルター

取引ステージ

☒ 次のいずれかに該当する

全ての成約した取引 ×

☐ 次の条件のいずれにも該当しない

☐ 既知である

☐ 不明である

☐ 次のいずれかだったことがある:

☐ 次のいずれかだったことがない:

☐ 次の全てと等しい

☐ 次のどの値とも等しくない:

セールスアクティビティ
アクティビティタイプ ×

クリックしてフィルターを適用

フィールドをここにドラッグ

フィルターをかけて受注した
取引のみにする

例: 受注に要した営業活動のタイプと数を把握したい

完成



プライマリーデータソースとセカンダリーデータソース

レポートは、プライマリーデータソースを中心に構成され、プライマリーデータソースに関連する他のすべてのデータソースがレポートに反映されます。

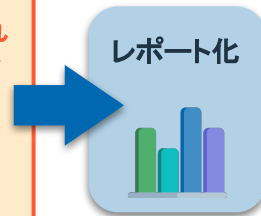
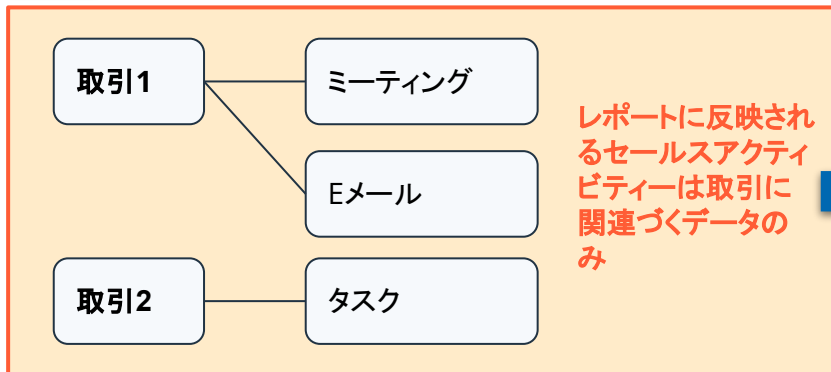
例えば、プライマリーデータソースが「取引」で、セカンダリデータソースに「セールスアクティビティ」を選択した場合、レポートには取引に関連するセールスアクティビティのみが反映されます。

(取引に関連していないセールスアクティビティはレポートに反映されません)

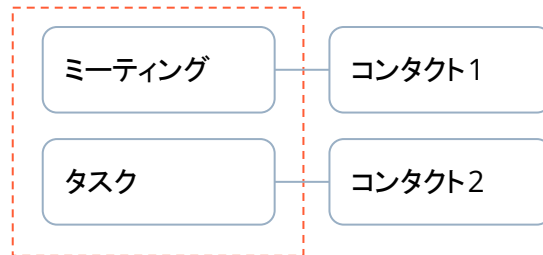
例

プライマリーデータソース: 取引

セカンダリーデータソース: セールスアクティビティ



取引に関連づかないセールスアクティビティはレポートに反映されない



目的別のおすすめチャートのタイプ

数の推移を見る



縦棒



横棒



面

【例】日別のコンタクト作成数、累計の受注金額

現在の数を見る



KPI

【例】今年の受注取引の件数、ステータスごとのチケットの数

数の推移を二軸で見る



折れ線グラフ



複合

【例】取引件数と取引金額の推移

一覧で見る



テーブル



ピボットテーブル

【例】現在オープン中の取引に関連するタスクの一覧、受注した取引に関連するセールスアクティビティタイプごとの件数

割合を見る



円



ドーナツ

【例】コンタクトのライフサイクルステージ数、カテゴリー別チケット数

相関関係を見る



散布図

【例】割引金額と利益の相関関係

★チャートのタイプに迷ったら

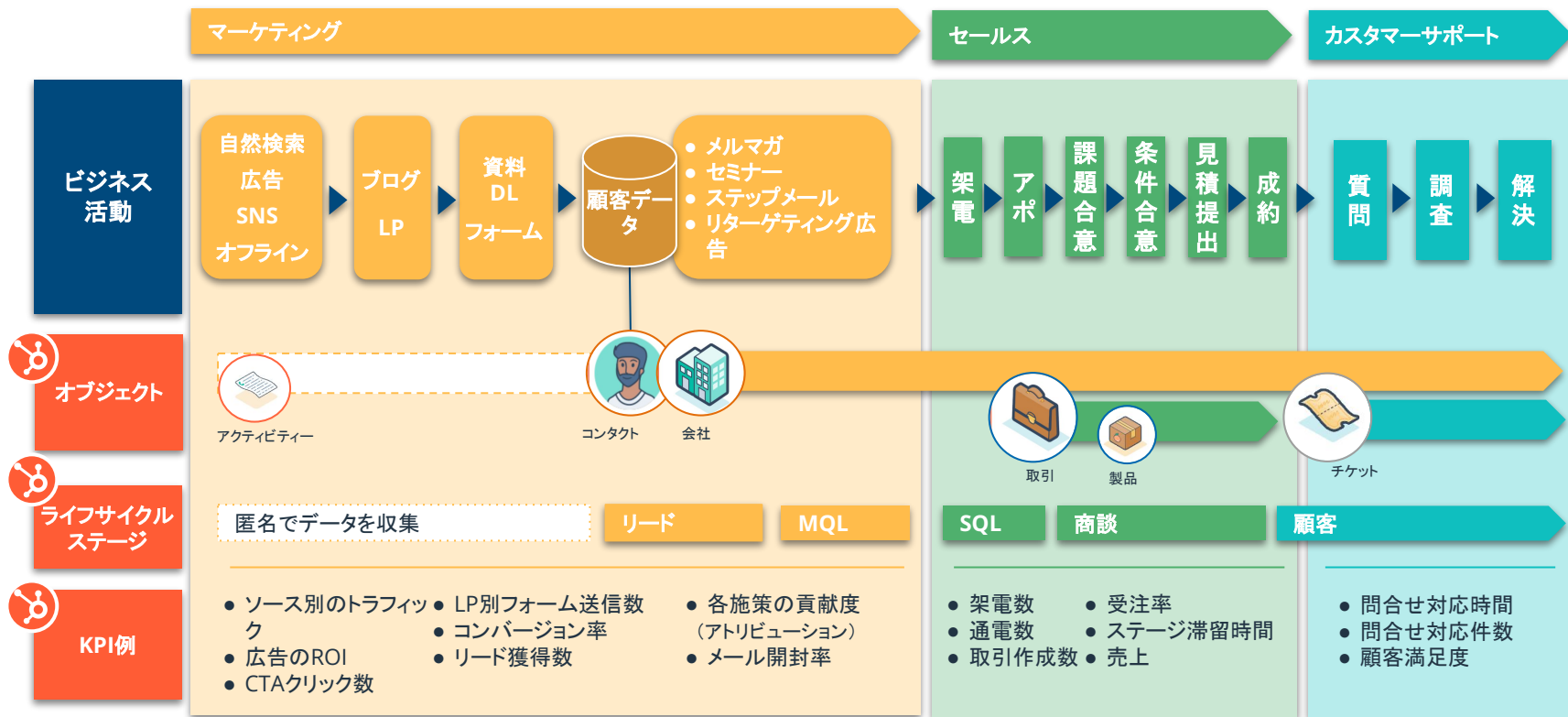


データタイプ別のおすすめチャートタイプを自動提案する機能

HubSpotで作るレポート事例



BtoBビジネスの流れとHubSpot



レポート事例の見方

何のためのレポートで、どのようなKPIをはかりたいのか？ビジネスにどう役立つのか？

誰にとって有益なレポートか？

6. 日別の新規コンタクト作成数

概要
目的

- 作成されている新規コンタクト数を日別に確認できるレポート。
- 継続的に新規リードが獲得できているか、施策の成果が出ているかの現状把握ができる。



リード獲得マーケティング
マネージャー



テンプレートレポート

HubSpotのどの機能
で作るか

チャートタイプ

- 縦棒

レポートの形式

データソース

- コンタクト

どのオブジェクトに格納されたデータ
でレポートを作るか？

フィルター

- N/A

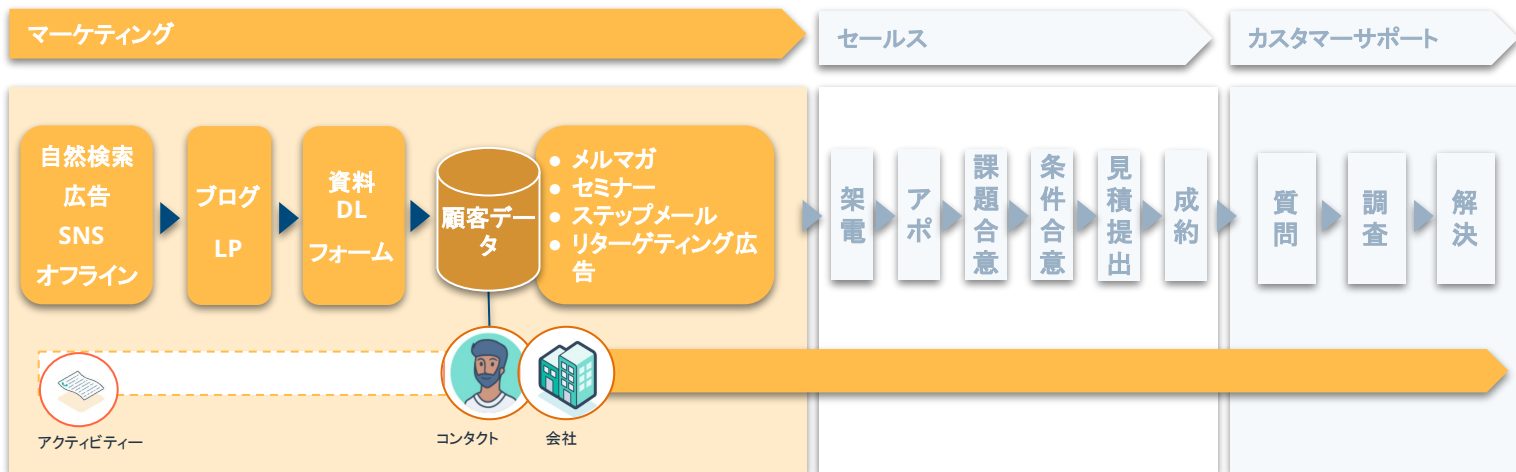
どのフィルターをかけるか？

指標／列

- 作成日
- コンタクト件数

X軸・Y軸に設定する指標や、列に設
定する指標は何か？

MarketingHub レポート事例



このセクションのレポート

1. ソース別トラフィック分析
2. 広告キャンペーンの効果測定
3. SNS別エンゲージメント分析
4. ブログ記事別CTAクリックスルー率
5. ランディングページ別フォーム送信数
6. 日別リード獲得数
7. ソース別の売上金額
8. キャンペーン別売上貢献度 (アトリビュション分析)
9. ライフサイクルステージ別コンバージョン分析
10. カスタマージャーニー分析
11. MQLリスト登録者数



1. ソース別トラフィックアナリティクス

概要 目的

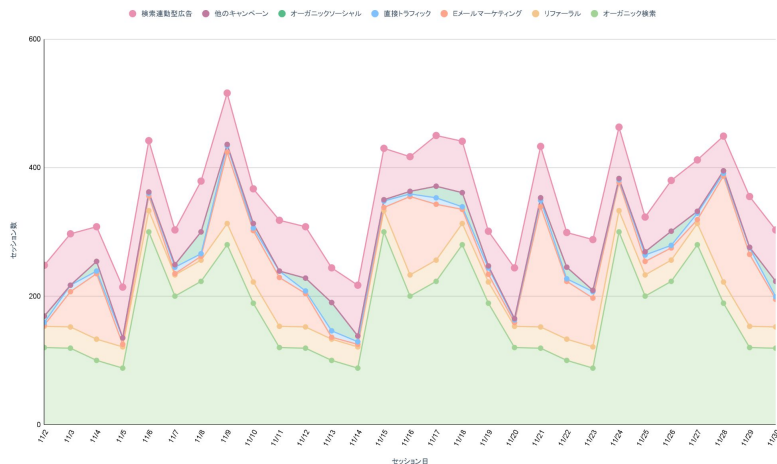
- ウェブサイトのトラフィックをソース（経路）ごとに確認できるレポート。
- トラフィック数やソースごとに作成された新規コンタクト数なども確認でき、効果的なソースを把握できる。



リード獲得マーケティング管理者



トラフィックアナリティクス



✓	ソース	セッション数	コンタクト数/セッション数	新規コンタクト	コンタクトから顧客への転換率	顧客	バウンス率	セッション時間
✓	検索連動型広告	2130	3.00%	64	3.13%	2	16.67%	2.5分
✓	オーガニック検索	5196	0.23%	12	8.33%	1	57.89%	4.2分
✓	リファール	990	0%	-	0%	-	32.40%	3.6分
✓	Eメールマーケティング	1559	0%	-	0%	-	28.55%	5.5分
✓	直接トラフィック	210	3.81%	8	0%	-	12.50%	6.6分
✓	オーガニックソーシャル	292	0.68%	2	0%	-	45.32%	1.2分
✓	他のキャンペーン	1342	0.67%	9	0%	-	33.67%	2.5分
✓	ソーシャル広告	0	0%	-	0%	-	0%	0分
	レポート合計	11719	1.05%	95	11.46%	3	28.38%	3.3分

2. 広告キャンペーンの効果測定

概要 目的

- 新規コンタクト獲得や商談作成に対する、Google/Facebook/Instagram/LinkedIn広告の効果を計測できる。
- HubSpotに入力されたリアルな売上金額に対する ROIを広告キャンペーン単位で測定できる。



リード獲得マーケティング



マーケティング
> 広告

インプレッション数

3千

2.0%

クリック数

60

58.3%

コンタクト

35

25.7%

取引

9

単価 ¥12,917

単価 ¥24,167

単価 ¥27,778

支出

¥25万

ROI

5,300%

名前	セッション数	全コンタクト	取引	顧客	収益	支出	CPC	コンタクト単価	ROI
 リード獲得キャンペーン A	1,200	12	3	1	¥4,250,000	¥100,000	¥4,167	¥8,333	4250%
 リード獲得キャンペーン B	800	8	2	1	¥3,000,000	¥100,000	¥6,250	¥12,500	3000%
 リマーケティング キャンペーン	1,000	15	4	2	¥6,000,000	¥50,000	¥2,500	¥3,333	12000%



3. SNS別エンゲージメント分析

概要 目的

- ソーシャルメディアのアカウントを接続すると見ることができるレポート。
- フォロワーやいいね、クリックなどの数などが確認でき、より多くのセッション、新規コンタクトを生み出しているソーシャルメディアの施策を把握できる。

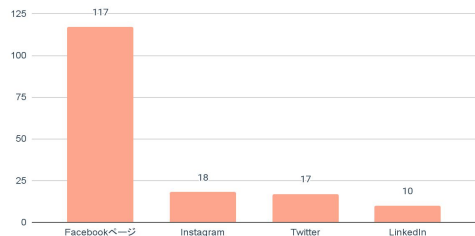


リード獲得マーケティング

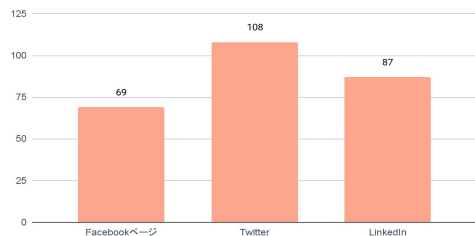


マーケティング
> ソーシャル

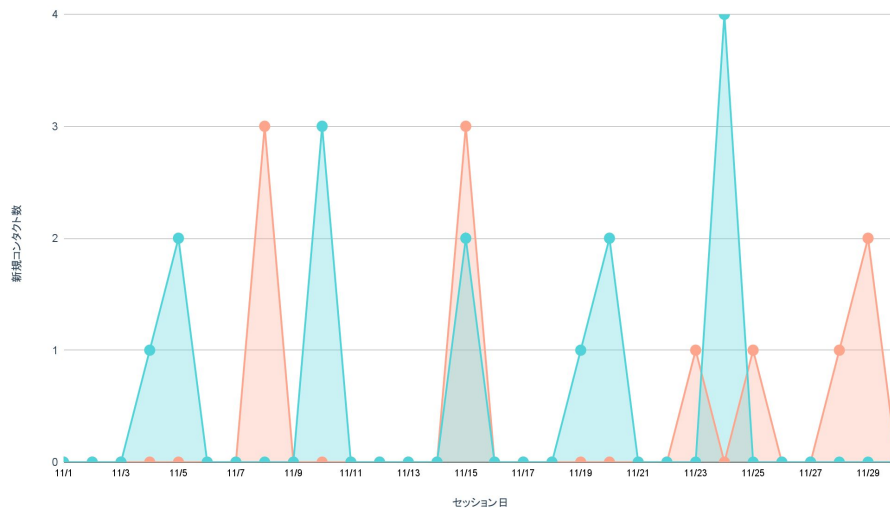
オーディエンス



クリック数



○ オーガニックソーシャル ● ソーシャル広告



4. ブログ記事別CTAクリックスルー率

概要 目的

- CTAクリック数が最も多いブログ記事の一覧。
- 記事ごとのクリック数とビュー数を確認でき、どの記事がコンバージョンに貢献しているかを確認できる。



リード獲得マーケティング



テンプレートレポート

ブログ記事	ビュー数	CTAクリック	CTA率	公開日
顧客体験の創造的破壊: スマートな成長を牽引する新しいリーダー企業	3010	28	66.67%	2022/10/25
「カスタマージャーニーはもう古い」と言われるのはなぜ？ 普遍的な活用方法を解説	2899	2	21%	2022/10/28
リードジェネレーションとは 効率的にリードを獲得する3つの視点	3095	5	50.00%	2022/8/16
パイプライン管理の構築方法完全ガイド【営業部門管理者向け】	4997	10	78.00%	2021/11/9
トピッククラスターを活用したブログの最適化	7097	37	62.00%	2021/2/10

※このレポートは、HubSpotが独自で作成したレポートとなり、カスタムレポートでの作成、編集はできません



5. ランディングページ別の新規コンタクト数

概要 目的

- ランディングページごとの作成された新規コンタクト数のレポート。
- ページごとの成果を確認することで、施策に活用したり改善につなげることができる。



リード獲得マーケティング



テンプレートレポート

ランディングページ	公開ステータス	ビュー数	新規コンタクト	コンタクト数/ページビュー数	
インバウンドマーケティングebookダウンロードページ	公開中	3,120	3	0.10%	
月次マーケティング報告書作成用テンプレートダウンロードページ	公開中	3,125	1	0.03%	
SEOセミナー申し込みページ	公開中	2,991	0	0.00%	
マーケティング業務課題解決セミナー申し込みページ	公開中	3,041	5	0.16%	
YouTubeマーケティング完全ガイドダウンロードページ	公開中	2,938	10	0.34%	
無料ガイド: リードナーチャリングの基礎ダウンロードページ	公開中	1,168	1	0.09%	

※このレポートは、HubSpotが独自で作成したレポートとなり、カスタムレポートでの作成、編集はできません

6. 日別の新規コンタクト作成数

概要 目的

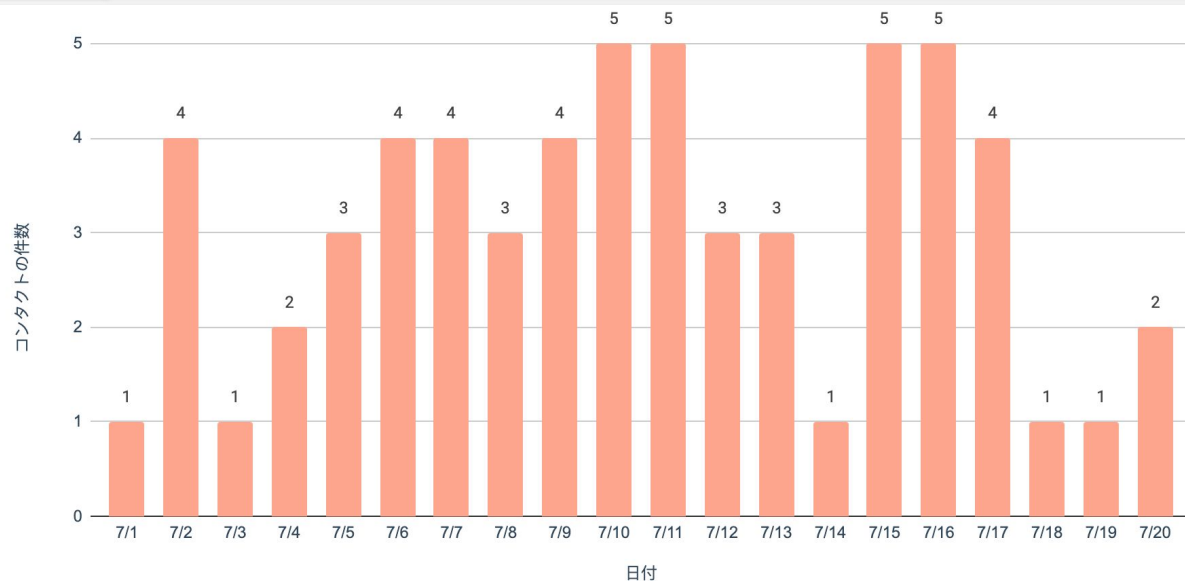
- 作成されている新規コンタクト数を日別に確認できるレポート。
- 継続的に新規リードが獲得できているか、施策の成果が出ているかの現状把握ができる。



リード獲得マーケティング
マネージャー



テンプレートレポート



チャートタイプ



縦棒

データソース

- コンタクト

フィルター

- N/A

指標／列

- 作成日
- コンタクト件数

7. ソース別売上金額

概要 目的

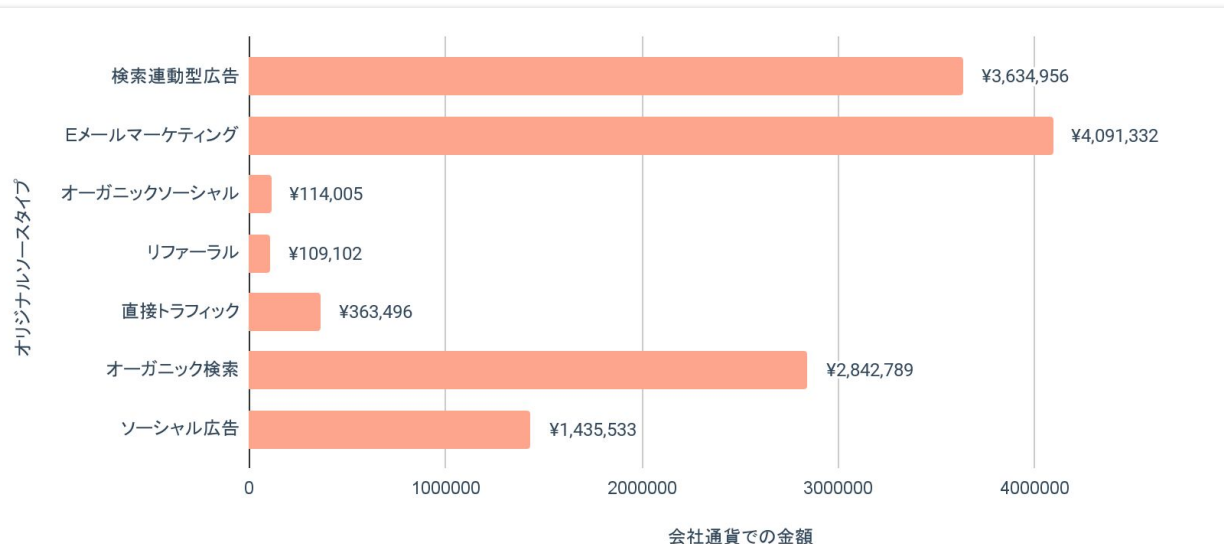
- 取引に紐づくコンタクト/会社のオリジナルソース別の取引金額のレポート。
- より大きい取引金額を生み出している流入元(オリジナルソース)を確認できる注力すべきチャンネルが把握できる。



リード獲得マーケター
マーケティング管理者



単一オブジェクト



チャートタイプ



横棒

データソース

- 取引

フィルター

- オリジナルソース タイプに値がある(既知)

指標／列

- オリジナルソースタイプ
- 会社通貨での金額



8. キャンペーン別の収益貢献度(アトリビューション分析)

概要 目的

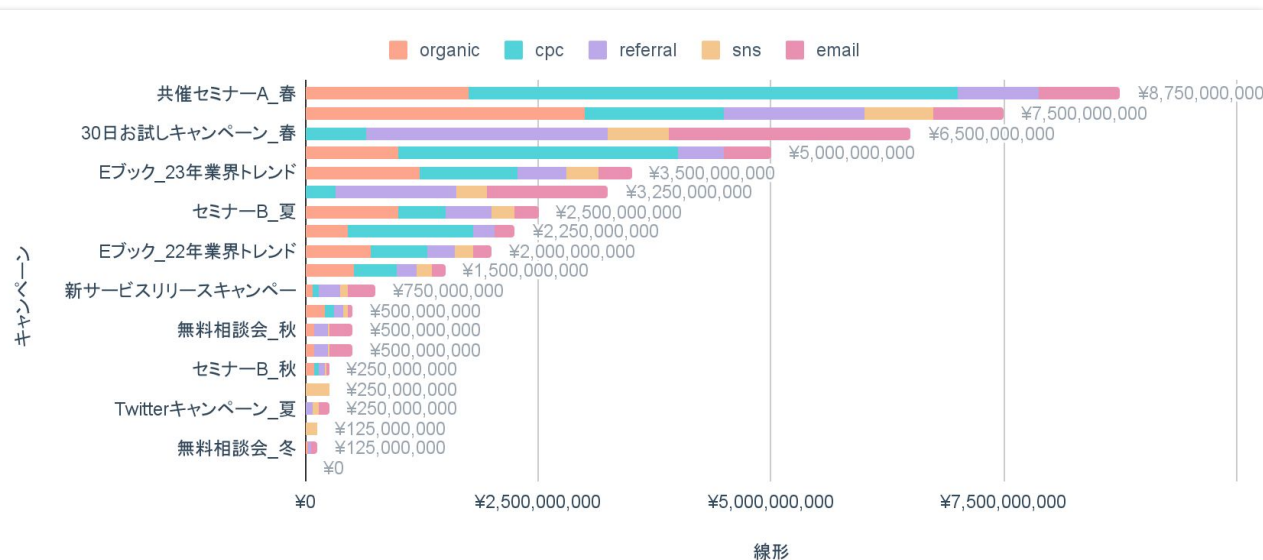
- リアルな取引金額データを使って、キャンペーンの収益性を比較できる。
- 実績に応じて今後の施策の優先順位を決定し、予算をリアロケーションするのに役立つ。



リード育成マーケティング
マネージャー



アトリビューション



9. ライフサイクルステージ別コンバージョン分析

概要

目的

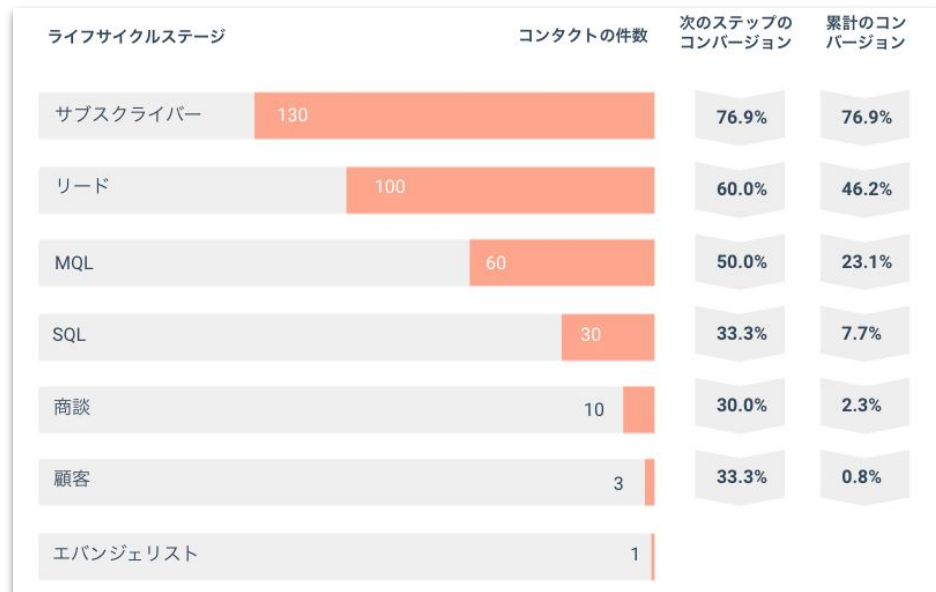
- リードが自社と初めて接点を持ってから顧客になるまでのステータス別に、見込み客の数を把握できる。
- 次のステージへの遷移率を測定することで、セグメント毎の施策の効果測定ができる。ナーチャリング施策の効果測定に有効。



マーケティング管理者



ファネル



チャートタイプ



ファネル

データソース

- コンタクトまたは会社

フィルター

- N/A

指標／列

ファネルを設定：

- 全てのステージを通過したコンタクト
- 全てのライフサイクルステージを追加

10. カスタマージャーニー分析

概要 目的

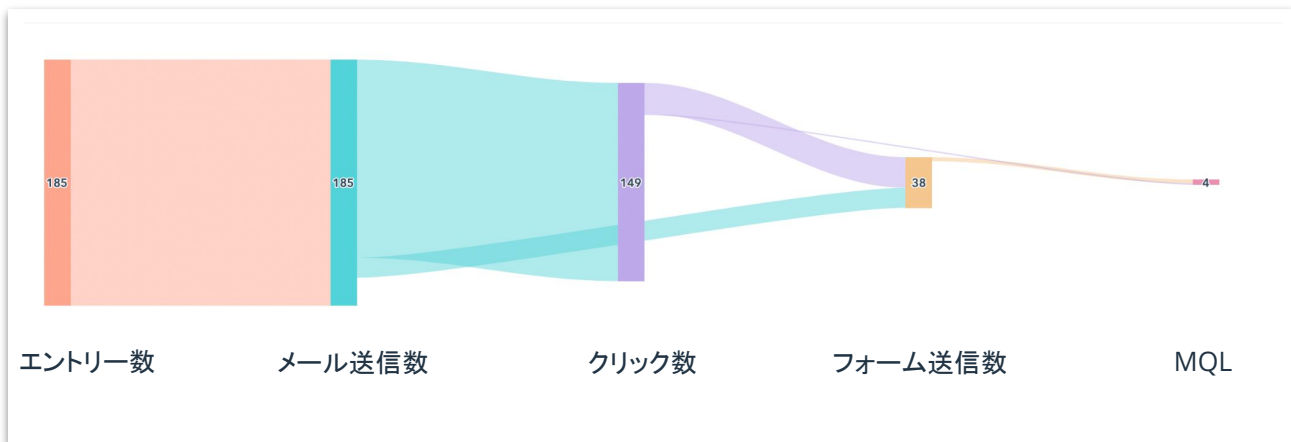
- 複数の導線が想定される環境下で、カスタマージャーニーにそって見込み客の行動を計測できる。
- 導線を正しく把握することで、見込み客の状態を精緻に想定できる。さらに、タッチポイントを最適化するのに役立つ。



リード育成マーケティング管理者



カスタマージャーニー



チャートタイプ



サンキー

データソース

- N/A

フィルター

- N/A

指標／列

タッチポイント:

- 配信済みEメール
- Eメールのクリック済みリンク
- フォーム送信
- MQL



11. MQLリスト登録者数推移

概要 目的

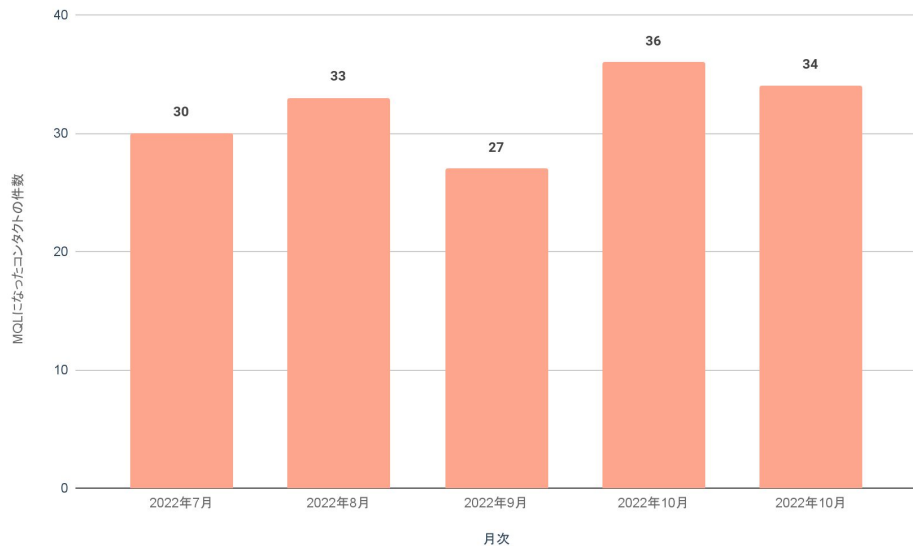
- 特定のリストに登録されたコンタクトの件数が確認できるレポート
- アプローチ対象となるリードの数の状況が把握でき、打つべき施策を検討するのに役立つ。



リード育成マーケティング
インサイドセールス



単一オブジェクト



チャートタイプ



縦棒

データソース

- コンタクト

フィルター

- N/A

指標／列

- 「MQL」になった日付
- コンタクトの件数

マーケティングダッシュボード

概要・目的

新しいリードの数、質、およびソースについて理解するためのダッシュボード。



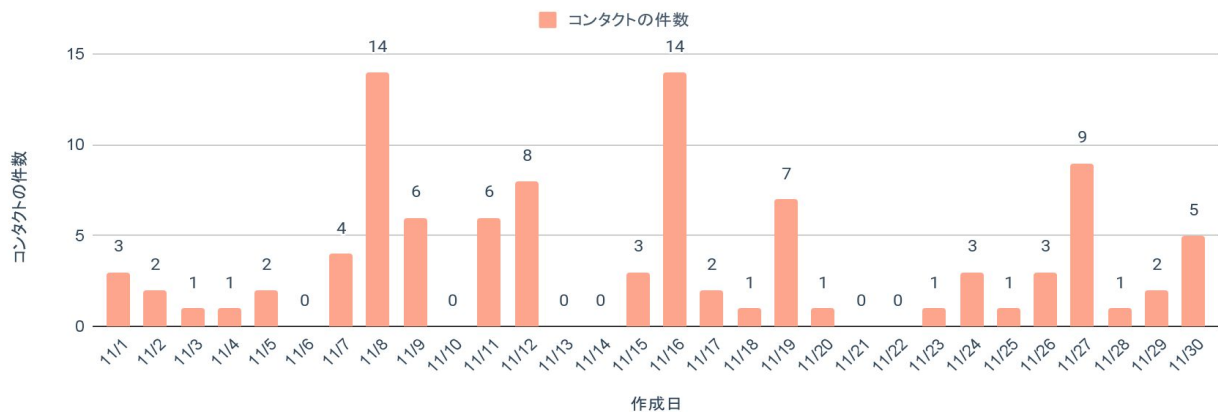
マーケティングチーム
管理者・プレーヤー

☆リードジェネレーション

≡ ダッシュボードを絞り込み

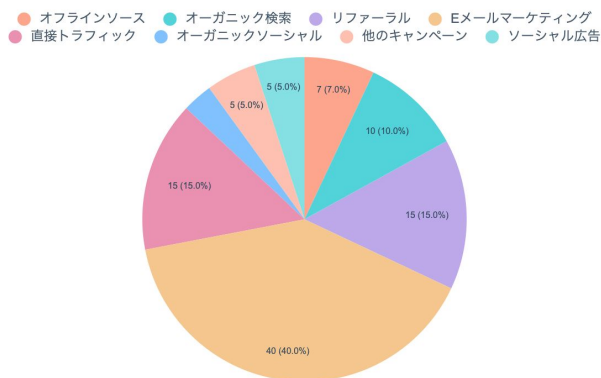
日別のコンタクト作成数の合計

日付範囲: 過去30日間 | 頻度: 日時



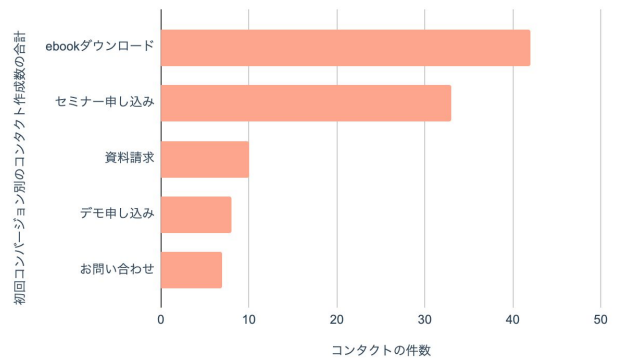
ソース別の直近で作成されたコンタクト

日付範囲: 過去30日間



初回コンバージョン別のコンタクト作成数の合計

日付範囲: 過去30日間



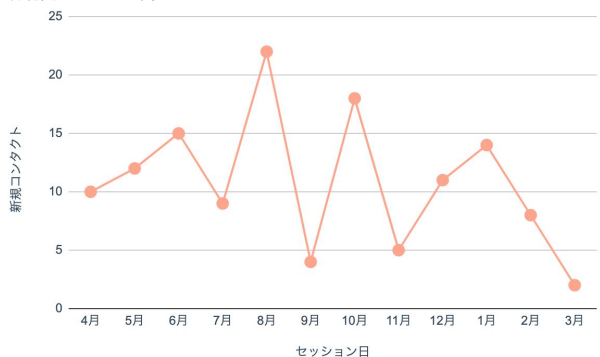
ランディングページ別の新規コンタクト数

日付範囲: 過去30日間

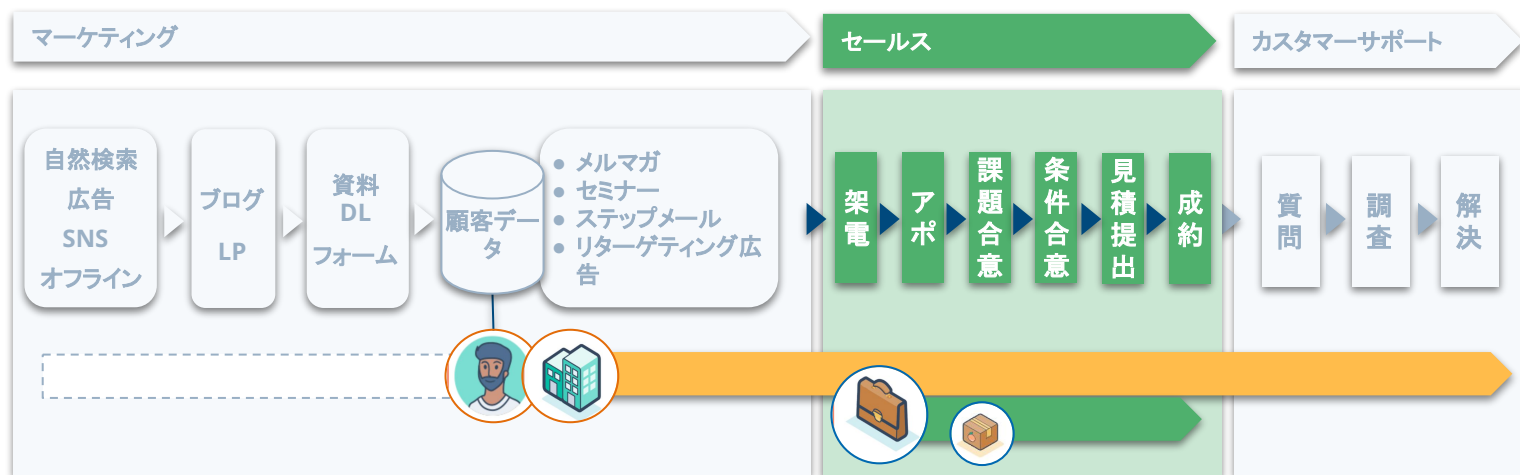
ランディングページ	公開ステータス	ビュー数	新規コンタクト	コンタクト数/ページビュー数
インバウンドマーケティング ebookダウンロードページ	公開中	3,120	3	0.10%
月次マーケティング報告書作成用テンプレートダウンロードページ	公開中	3,125	1	0.03%
SEOセミナー申し込みページ	公開中	2,991	0	0.00%
マーケティング業務課題解決セミナー申し込みページ	公開中	3,041	5	0.16%
YouTubeマーケティング完全ガイド ダウンロードページ	公開中	2,938	10	0.34%
無料ガイド: リードナーチャリングの基礎 ダウンロードページ	公開中	1,168	1	0.09%

広告からの新規コンタクトコンバージョン

日付範囲: 過去365日間



SalesHub レポート事例



このセクションのレポート

1. 担当者別架電数
2. タスクステータス比率
3. 担当者別アクティビティー数
4. 一定期間アクティビティーがないコンタクト一覧
5. 案件クローズまでの日数
6. ステージ滞留時間
7. 取引ステージ別パイプライン合計金額(履歴スナップショット)
8. 売上金額目標対実績
9. 失注理由分析
10. 製品別売上金額
11. 月額製品売上分析

1. 営業担当別架電数

概要 目的

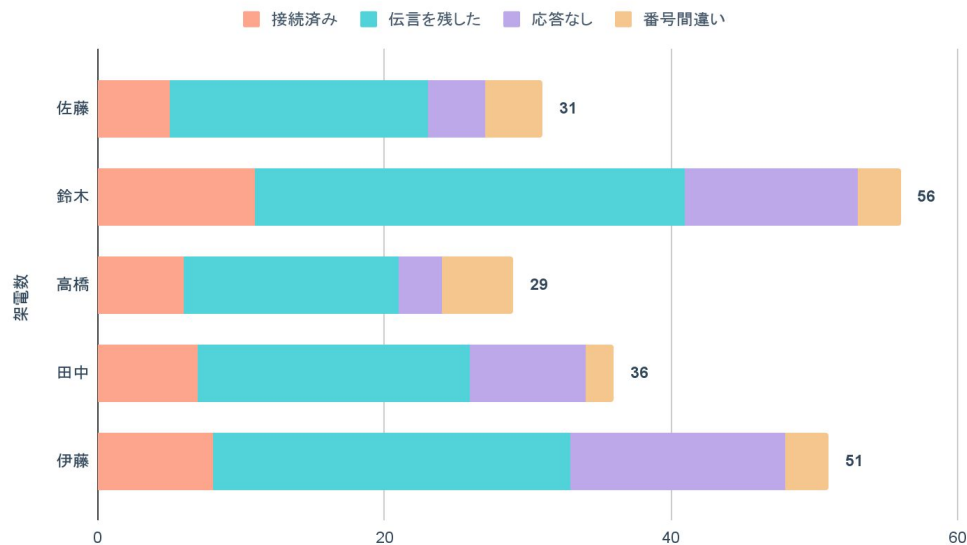
- 営業担当者ごとの架電件数を成果ごとに確認できるレポート。
- 営業の活動の量だけではなく質も測ることができる。



営業管理者



カスタムレポートビルダー



チャートタイプ



横棒

データソース

- アクティビティー

フィルター

- コールの成果が次のどの値でもない:「話し中」「留守電を残した」

指標／列

- アクティビティーの作成者
- コールの成果
- アクティビティーの件数

2. ステータス別タスク件数比率

概要 目的

- 取引に関連するタスクのステータスを確認できるレポート。
- タスクのステータスを把握することで現在のチームの状況を把握できる。



営業管理者



カスタムレポートビルダー

チャートタイプ



円

データソース

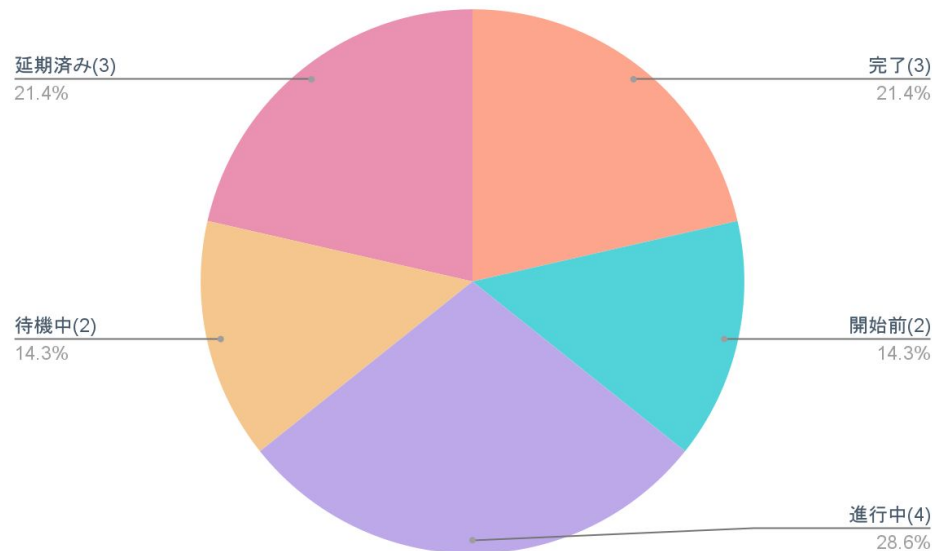
- 取引（プライマリー）
- アクティビティ

フィルター

- パイプライン
- 取引名に値がある(既知)
- タスクのタイトルに値がある(既知)

指標／列

- 取引名
- タスクのタイトル
- タスクのステータス



3. 営業担当者別アクティビティ件数

概要 目的

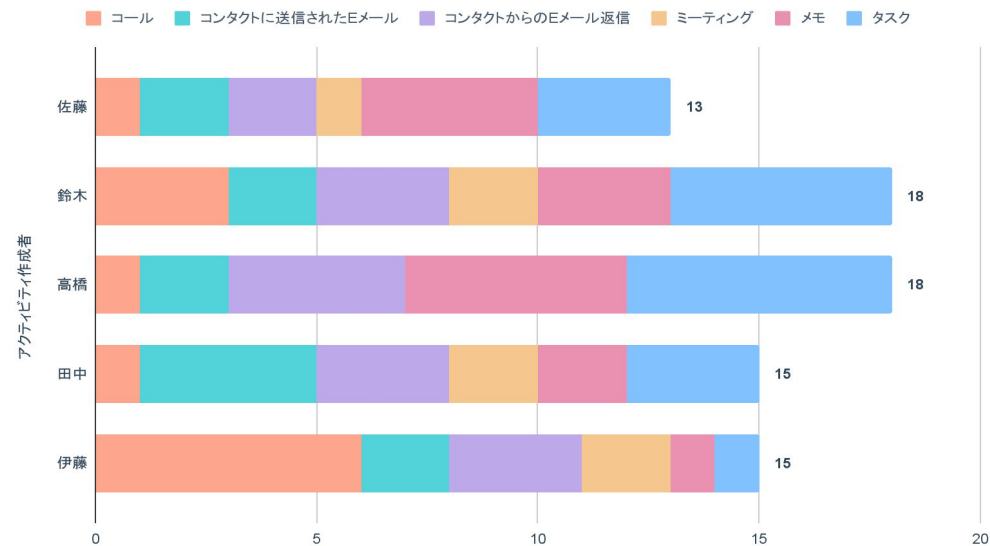
- 営業担当者の活動が確認できるレポート。
- チームメンバーの現在の活動状況を把握できる。



営業管理者



単一オブジェクト



チャートタイプ



横棒

データソース

- アクティビティ

フィルター

- アクティビティタイプ (例: コール、メモ)

指標／列

- アクティビティの割り当て先
- アクティビティタイプ
- アクティビティの件数

4. 前回の連絡から2週間以上経過したコンタクト一覧

概要 目的

- 前回の連絡から一定期間が経過しているコンタクトのリスト。
- 営業担当者が追いかけるべきコンタクトが一覧で把握できるため効率的に営業活動ができる。



インサイドセールス
フィールドセールス



カスタムレポートビル
ダー

Record ID (コンタクト名)	会社名	前回のアクティビティー日	コンタクト担当者
坪井 利平	K社	2022/11/26	山崎 美波
中尾 康雄	U社	2022/11/26	工藤 立哉
堀江 新一	G社	2022/11/20	山崎 美波
岩本 松雄	M社	2022/11/24	工藤 立哉
木下 香凛	A社	2022/11/29	古沢 義治
黒岩 俊博	T社	2022/11/19	嶋田 和葉
村岡 麻子	X社	2022/11/23	古沢 義治
小沼 健聖	D社	2022/11/21	山崎 美波
大坪 幸大	L社	2022/11/16	工藤 立哉
熊沢 咲菜	Y社	2022/11/28	古沢 義治
塩崎 秀一	Q社	2022/11/26	嶋田 和葉
松川 遥奈	V社	2022/11/19	山崎 美波
矢田 美恵子	B社	2022/11/24	工藤 立哉
中森 絢	I社	2022/11/25	古沢 義治

チャートタイプ



テーブル

データソース

- コンタクト(プライマリー)
- 会社

フィルター

- コンタクト: 前回のアクティビティー日が「過去14日更新されていない」
- 連絡の回数に値がある(既知)

指標／列

- Record ID
- 会社名
- 前回のアクティビティー日 (-日次)
- コンタクト担当者

5. 営業担当者別クローズまでの平均日数

概要 目的

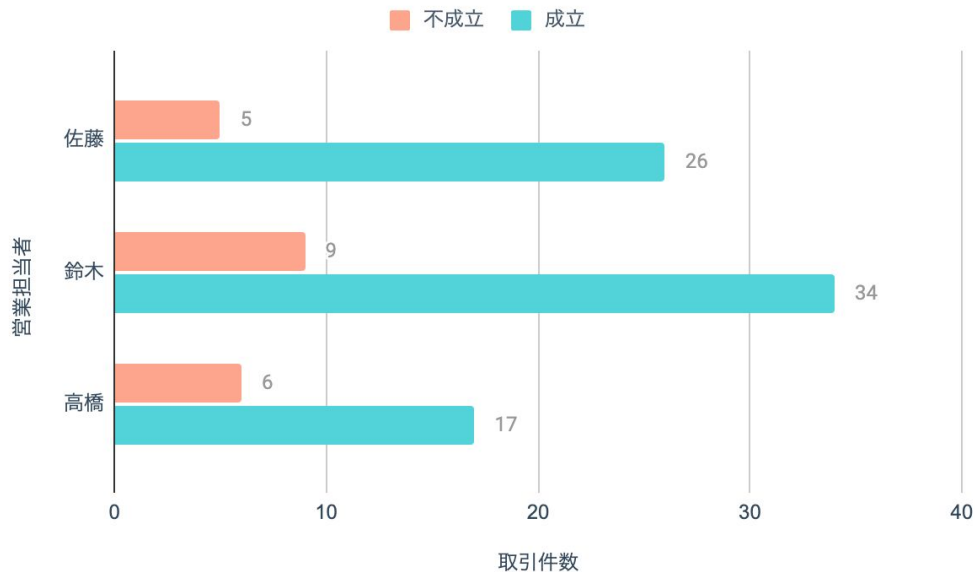
- 営業担当別取引作成日から成約日または失注日の平均日数を計測できる。
- 営業担当別に商談にかかる日数の傾向を把握し、コーチングに役立てられる。



フィールドセールス



セールスアナリティクス



チャートタイプ



横棒

データソース

- 取引

フィルター

- クローズ日
- パイプライン

指標／列

- 取引担当者
- クローズ日

6. 営業担当者別取引ステージの平均滞留時間

概要 目的

- 営業担当別に取引ステージ毎の滞留日数把握できる。
- 営業担当別にステージを突破するのにかける時間の傾向を把握し、歩留まりを上げるための対策を打てる。



フィールドセールス



単一オブジェクト

チャートタイプ



テーブル

データソース

- 取引

フィルター

- クローズ日
- パイプライン

指標／列

- 取引担当者
- ステージの時間 - ステージ名
- クローズ日

取引担当者	平均ステージの 時間 - 予定され ているアポイント メント	平均ステージの 時間 - 購入適格	平均ステージの 時間 - 予定され ているプレゼン テーション	平均ステージの 時間 - 意思決定 者の賛同	平均ステージの 時間 - 送信した 契約
佐藤	2.4日	5.3日	4.6日	9.5日	5.6日
鈴木	4.6日	2.8日	5.6日	8.3日	6.5日
高橋	6.6日	6.1日	7.2日	3.6日	5.2日

7. 取引ステージ別パイプライン合計金額(履歴スナップショット)

概要 目的

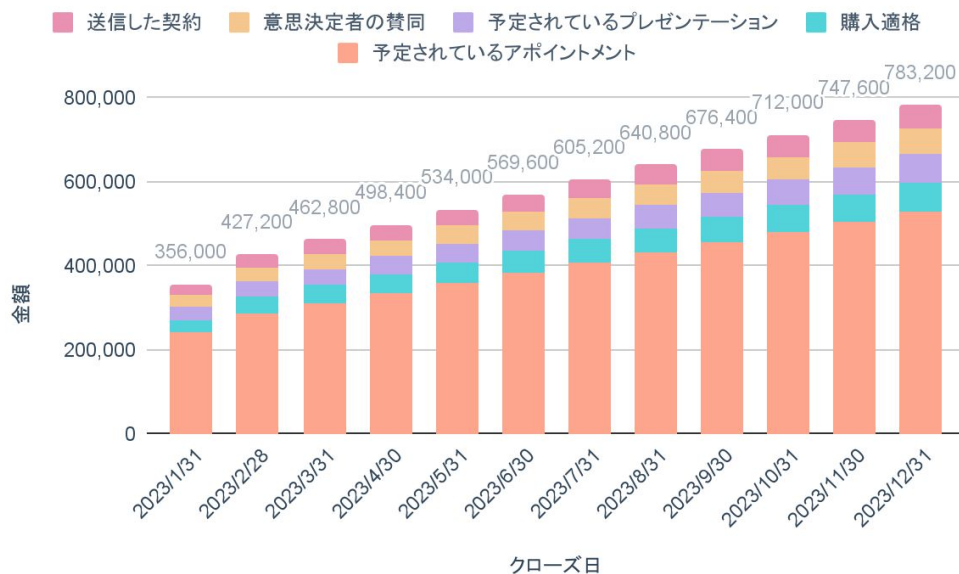
- 取引の合計金額をステージ別に把握できる。
- パイプラインにある取引金額を把握し、将来の売上予測を立てられる。ステージ毎の合計金額の比率から、パイプラインの健全性を把握できる。



営業管理者



セールスアナリティクス



チャートタイプ



縦棒

データソース

- 取引

フィルター

- クローズ日
- パイプライン

指標／列

- 取引ステージ
- 手動のフォーキャストカテゴリ
- 会社通貨での金額

8. 売上金額目標対実績

概要 目的

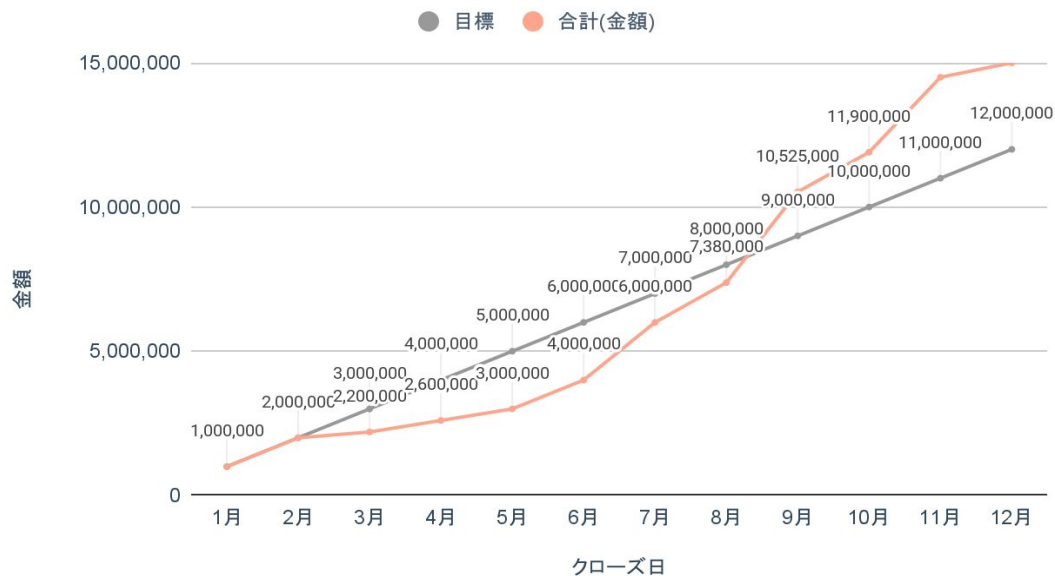
- 売上目標に対する実績の進捗を把握するためのレポート。
- 目標に対する差分を把握し、将来の営業活動のプランニングに活かすことができる。



営業管理者



カスタムレポートビルダー



チャートタイプ

折れ線

データソース

- 取引

フィルター

- クローズ日
- パイプライン

指標／列

- クローズ日
- 金額

9. 理由別失注件数比率

概要

目的

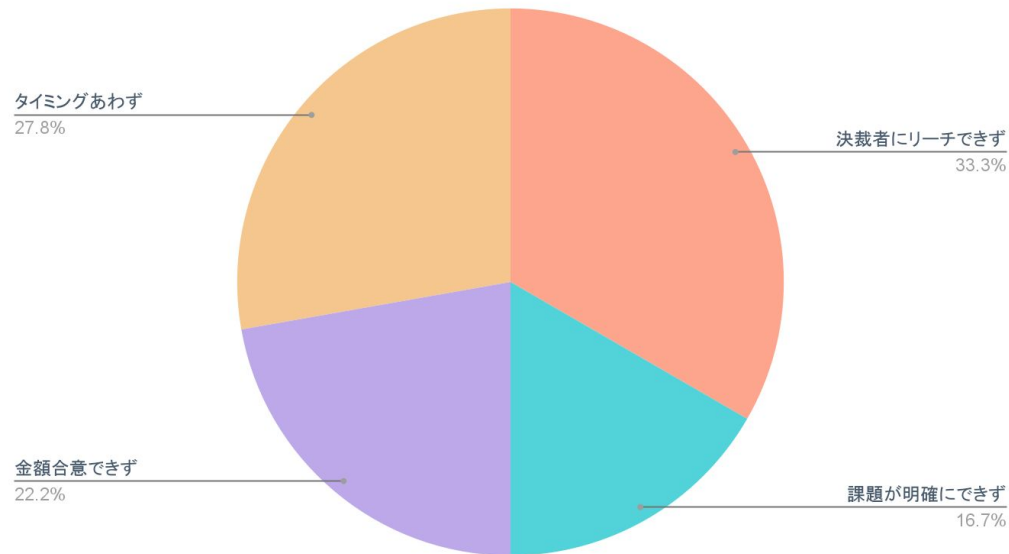
- 理由別に失注件数を把握できる。営業担当のコーチングの他、プロダクトの改善に役立てられる。
- 将来再度アタックできるように、失注理由別にアプローチを変えてナーチャリングするのに役立てられる。



インサイドセールス
リード育成マーケター



カスタムレポートビル
ダー



チャートタイプ



円

データソース

- 取引

フィルター

- クローズ日

指標／列

- 取引担当者
- 失注の理由

10. プロダクト別売上金額

概要 目的

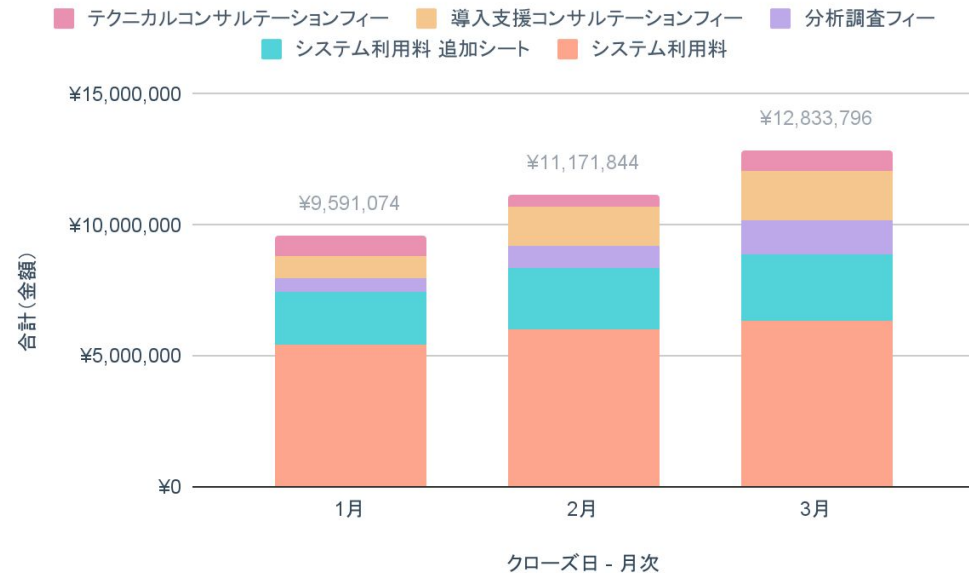
- プロダクト別の売上実績を計測できる。
- 月次の売上推移をウォッチすることで、売上の変化があった時プロダクト観点から原因究明できる。



営業管理者



カスタムレポートビルダー



チャートタイプ



縦棒

データソース

- 取引、商品項目

フィルター

- クローズ日
- 取引ステージが次のいずれかである: 成約 (販売パイプライン)

指標 / 列

- 金額
- クローズ日

11. SaaS事業売上予測(経常収益レポート)

概要 目的

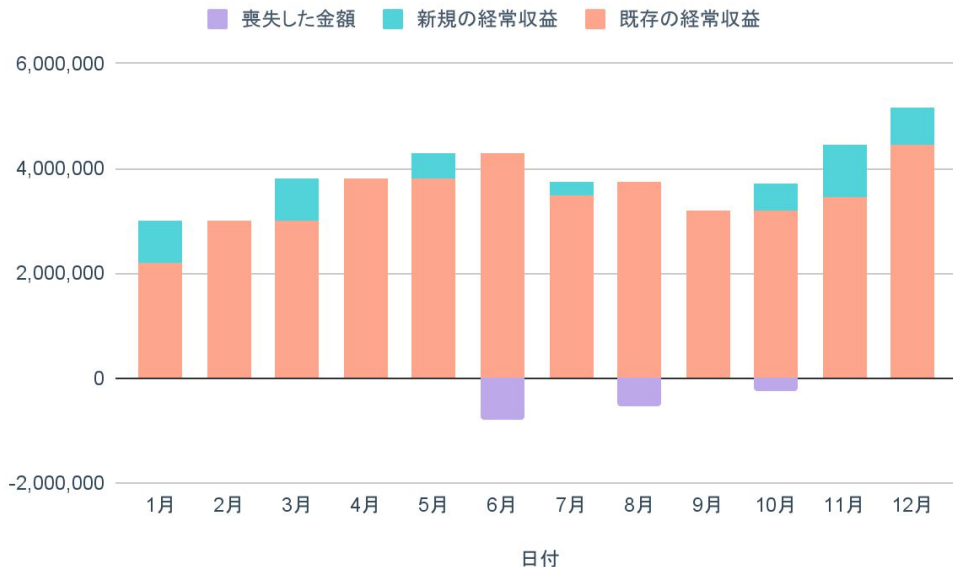
- 契約期間中の売上金額と解約額を加味して、SaaSビジネスの売上を集計できる。
- SaaSビジネスに関する契約状況を加味した、将来の売上予測を立てることができる。



営業管理者



経常収益アナリティクス



チャートタイプ



縦棒

データソース

- 取引

フィルター

- パイプライン

指標／列

- 金額

セールスダッシュボード

概要・目的

売上とパイプライン管理および営業担当のアクティビティに関するダッシュボード



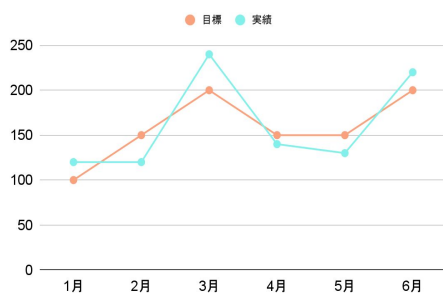
セールsteam
管理者・プレーヤー

☆セールスダッシュボード

≡ ダッシュボードを絞り込み

クローズした取引の合計対目標

日付範囲: 今月



作成されて成立した取引を含むコンタクトの合計

日付範囲: 今年

作成されたコンタクト

300

▲ 15.5%

作成された新規取引

63

▲ 15.5%

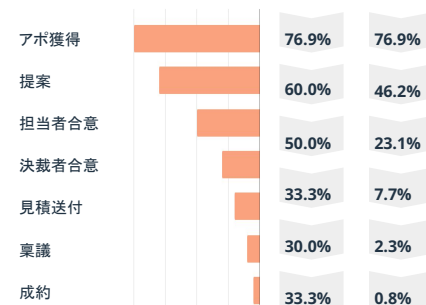
成約した取引

20

▲ 15.5%

取引パイプラインの転換率

日付範囲: 今年



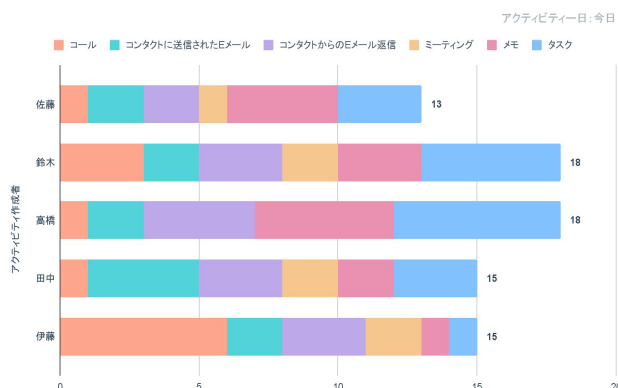
取引ステージの時間

日付範囲: 今年

取引担当者	平均ステージの 時間 - 予定されて いるアポイントメ ント	平均ステージの 時間 - 購入適格	平均ステージの 時間 - 予定されて いるプレゼンテー ション	平均ステージの 時間 - 意思決定 者の賛同	平均ステージの 時間 - 送信した契 約
佐藤	2.4日	5.3日	4.6日	9.5日	5.6日
鈴木	4.6日	2.8日	5.6日	8.3日	6.5日
高橋	6.6日	6.1日	7.2日	3.6日	5.2日

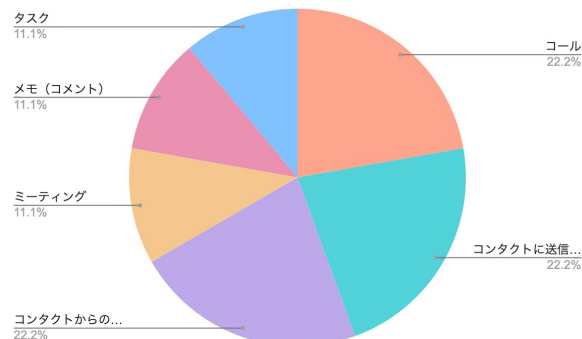
営業担当者のアクティビティ

日付範囲: 今年



アクティビティの内訳

日付範囲: 今月



ServiceHub レポート事例



このセクションのレポート

1. ソース別優先度別チケット数
2. ステータス別チケット数
3. 問合せ種別別チケット数比率
4. SLAの内訳を含む担当者別クローズされたチケット数
5. 担当者別チケットクローズまでの平均時間
6. チケットクローズ数の目標対実績
7. 会社別カスタムアンケート送信数
8. チャットフロー別チャット数の比率
9. 顧客満足度(NPS)の推移
10. ナレッジベース閲覧数の推移

1. ソース別優先度別チケット数

概要 目的

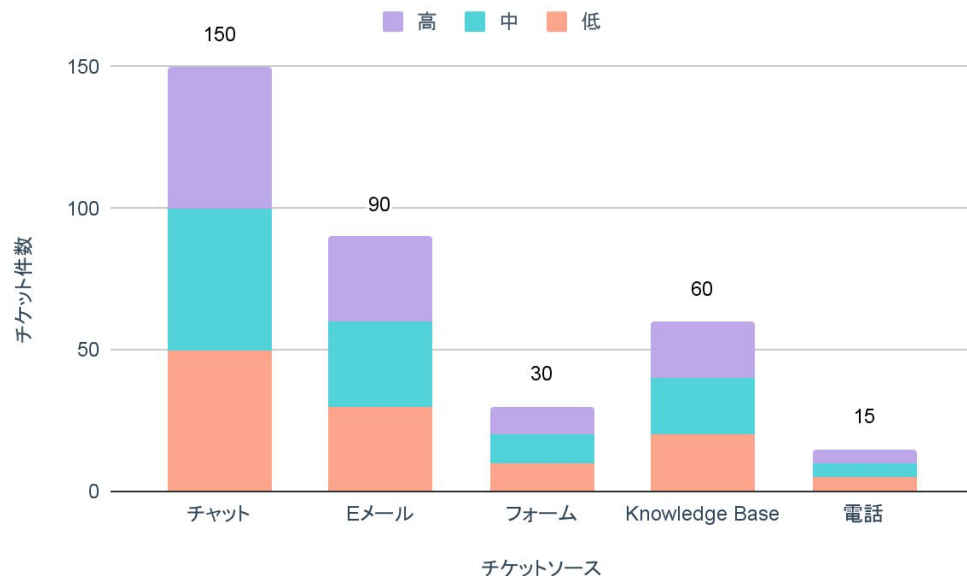
- チケット件数をソース別・緊急度別に確認できる。
- 緊急度の高いチケットの件数を把握し、チケット対応の人的リソースの配分の見直しに繋がられる。



カスタマーサポート
管理者



カスタムレポートビル
ダー



チャートタイプ



縦棒

データソース

- チケット

フィルター

- クローズ日
- チケットパイプラインが「サポートパイプライン」に該当する

指標／列

- チケット件数
- チケットソース

2. ステータス別のチケット数

概要 目的

- チケットのステータス毎に、チケットの件数を確認できるレポート。
- チケットのステータス毎の件数を踏まえて、対応する人的リソースの配分を計画できる。

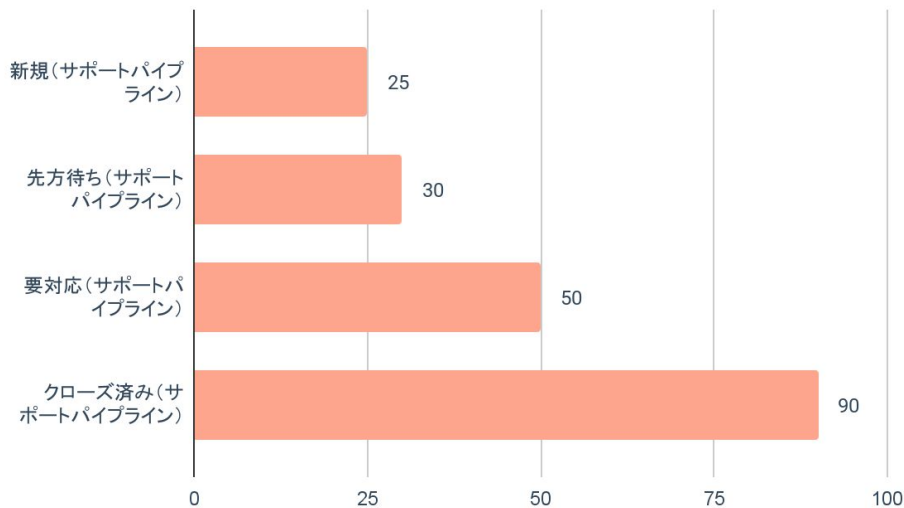


カスタマーサポート



テンプレートレポート

チケットステータス



チケットの件数

チャートタイプ



横棒

データソース

- チケット

フィルター

- チケット作成日

指標／列

- チケットのステータス
- チケットの件数

3. 問合せ種別チケット数比率

概要 目的

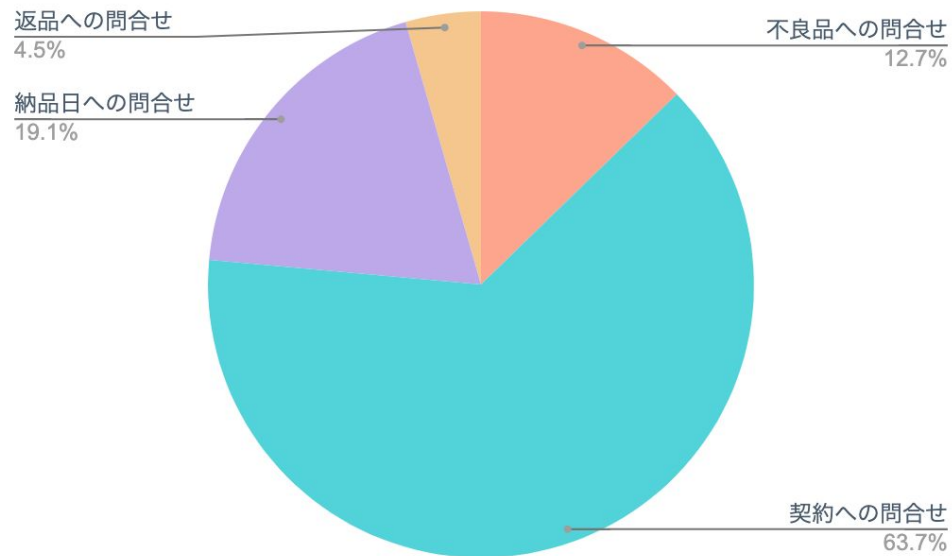
- チケット件数を、問合せ種別ごとに確認できる。
- 問合せ傾向が高いチケット種別を把握し、プロダクトおよびサービスの改善や FAQ サイトの改善の可否を検討できる。



カスタマーサポート
管理者



カスタムレポートビル
ダー



チャートタイプ



円

データソース

- チケット

フィルター

- チケット作成日が今月

指標／列

- チケット件数
- 問い合わせ種別

4. SLAの内訳を含む担当者別のクローズされたチケット数

概要 目的

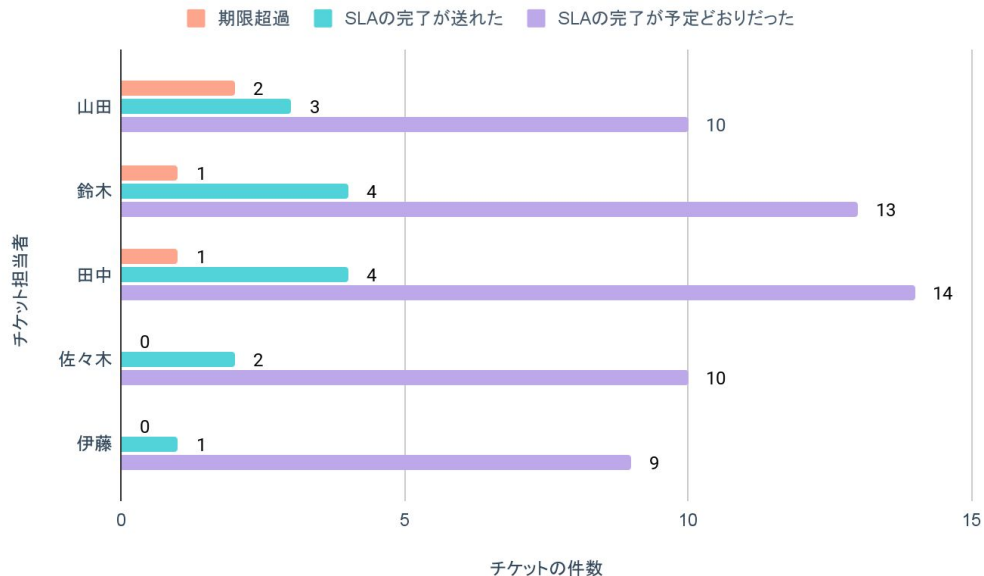
- チケット担当者毎に、SLA(サービス品質保証)に基づいた回答ができているか確認できる。
- チケット担当者の評価の検討材料になる。また、チームで SLAを守るために、達成度合いに応じて人員配置を計画できる。



カスタマーサポート
管理者



テンプレートレポート



チャートタイプ



横棒

データソース

- チケット

フィルター

- クローズ日

指標／列

- チケット担当者
- チケットの件数

5. 担当者別ソース別チケットクローズまでの平均時間

概要 目的

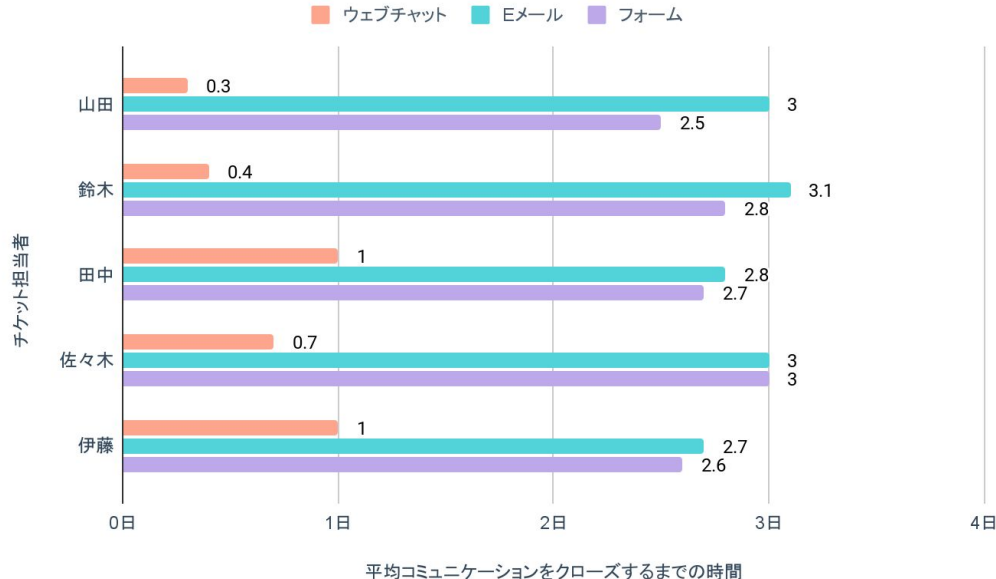
- チケット担当者別・ソース別に、問合せ対応の平均時間を確認できるレポート。
- チケット担当者の評価の検討材料になる。また、クローズまでの日数に応じて、ソース毎に人員配置を計画できる。



カスタマーサポート
管理者



カスタムレポートビル
ダー



チャートタイプ



横棒

データソース

- チケット

フィルター

- クローズ日

指標／列

- チケット担当者
- 平均コミュニケーションをクローズするまでの時間

6. チケットクローズ数の目標対実績

概要 目的

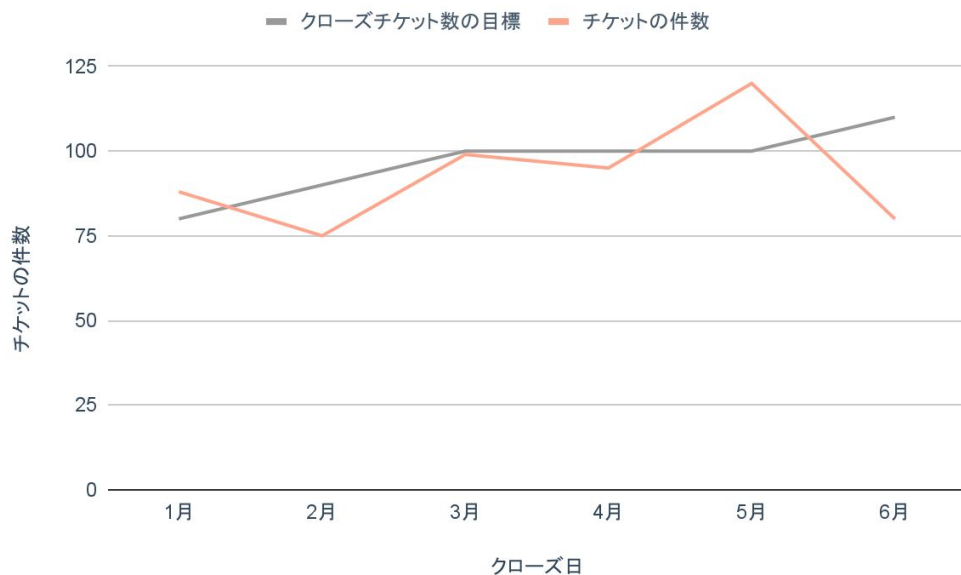
- クローズチケット数の目標と実績を比較できる。
- 目標に対する進捗を踏まえ、今後の目標値や、人的リソース配分を検討できる。



カスタマーサポート
管理者



テンプレートレポート



チャートタイプ



折れ線

データソース

- チケット

フィルター

- 作成日
- チケットステータスがクローズ済み

指標／列

- チケットの件数
- クローズ日

7. 会社別カスタムアンケート送信数

概要 目的

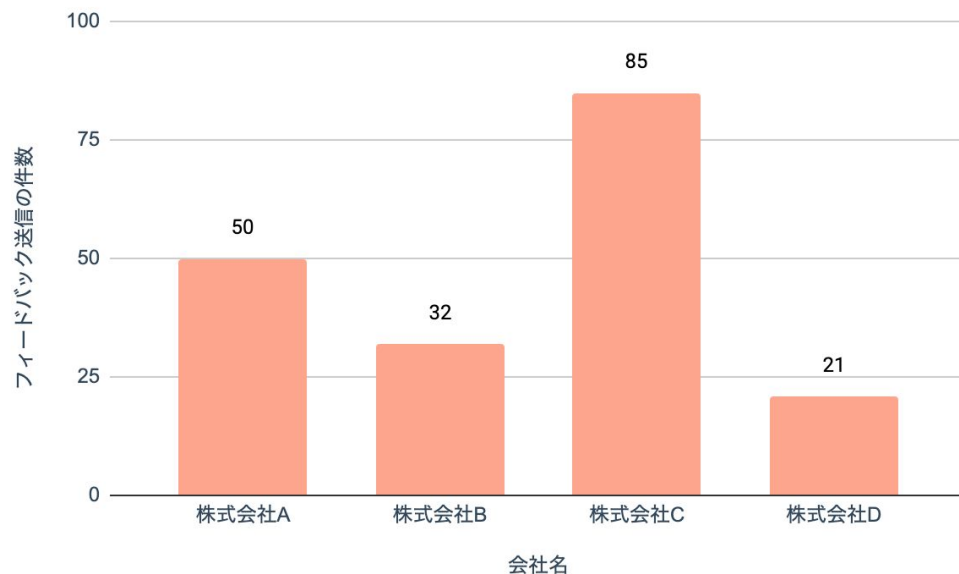
- アンケート送信数が多い会社を把握できるレポート。
- ロイヤリティの高さを判断することができる。



カスタマーサポート
管理者



カスタムレポートビル
ダー



チャートタイプ



縦棒

データソース

- 会社
- フィードバック

フィルター

- フィードバック送信の件数: 値がある(既知)

指標／列

- フィードバック送信の件数
- 会社名

8. ページ別チャットコミュニケーション数比率

概要 目的

- チャットフロー別のチャット数を確認できるレポート。
- 最適なリソース配分を見直すことができる。



カスタマーサポート
管理者



カスタムレポートビル
ダー

会員ページのチャット
20.8%

TOPページのチャット
35.4%

FAQページのチャット
25.0%

価格ページのチャット
18.8%

チャートタイプ



円

データソース

- コミュニケーション

フィルター

- コミュニケーションの数が既知

指標／列

- チャットフロー
- コミュニケーションの件数

9. 顧客ロイヤルティースコア(NPS)の推移

概要 目的

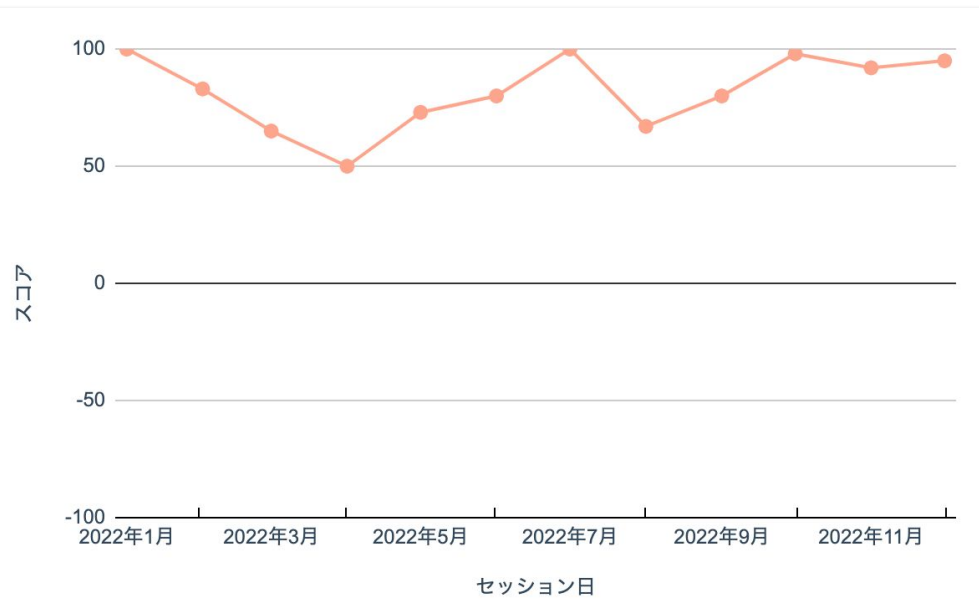
- 経時的な顧客ロイヤルティースコア (NPS) のトレンドを参照できるレポート。
- 何人の顧客がビジネスを推奨する可能性があるかを確認でき、プロセスに対して行った改善や変更がこのスコアにどのように影響しているかを確認できる。



カスタマーサポート
管理者



テンプレートレポート



チャートタイプ

 折れ線

データソース

- フィードバックアンケート

フィルター

- N/A

指標／列

- NPSスコア
- セッション日

10. ナレッジベースの閲覧数の推移

概要 目的

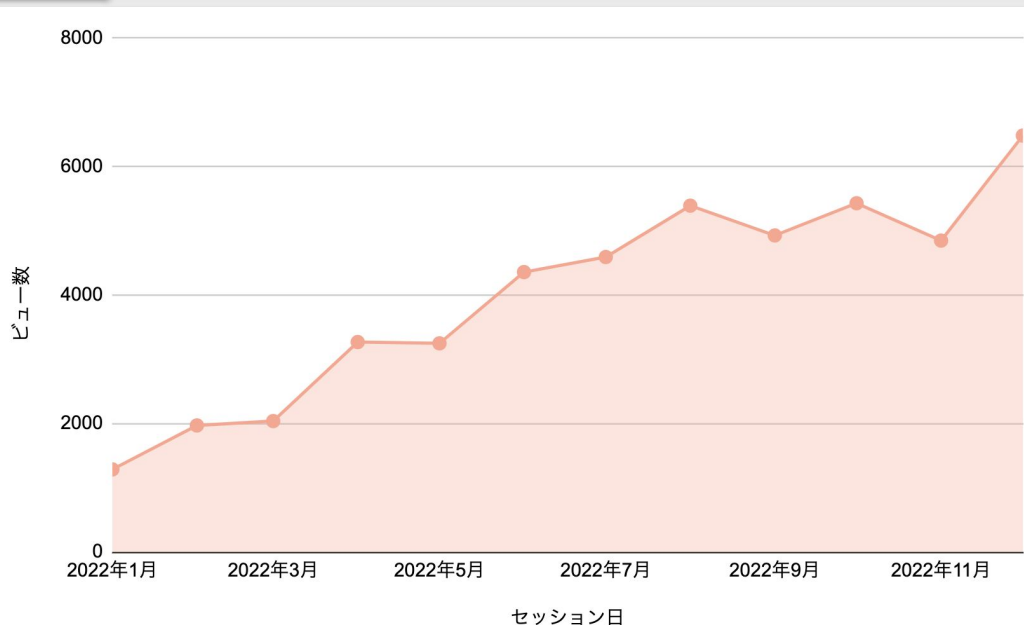
- 全てのナレッジベース記事での各日の合計閲覧数を参照できるレポート。
- ナレッジベースが顧客の課題解決に寄与しているかが確認できる。



カスタマーサポート
管理者



テンプレートレポート



チャートタイプ



面

データソース

- N/A

フィルター

- N/A

指標／列

- ナレッジベースのビュー数
- セッション日

サービスダッシュボード

概要・目的

チームが受けるサポートリクエストの種類が分かるダッシュボード。



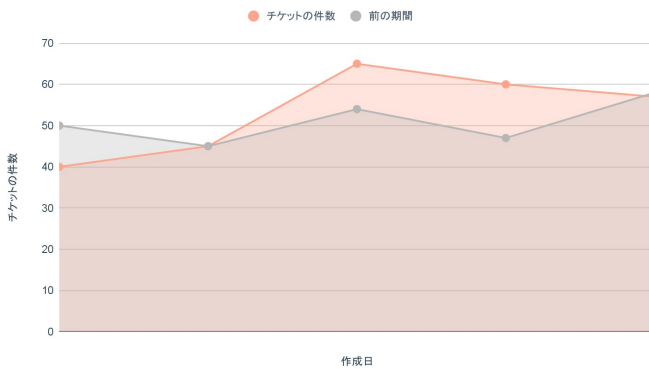
カスタマーサービス
管理者

☆サービスの概要

≡ ダッシュボードを絞り込み

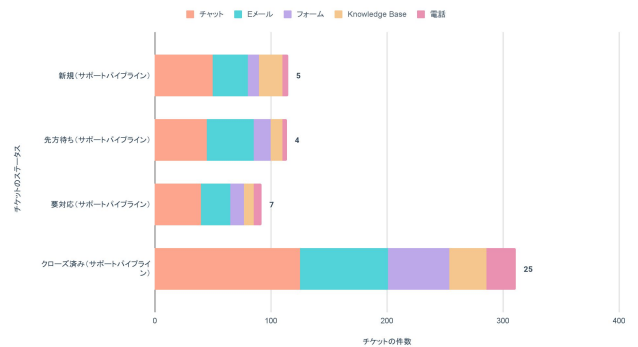
チケット合計数の累計

日付範囲: 過去30日間 頻度: 週次 比較対象: 過去30日間



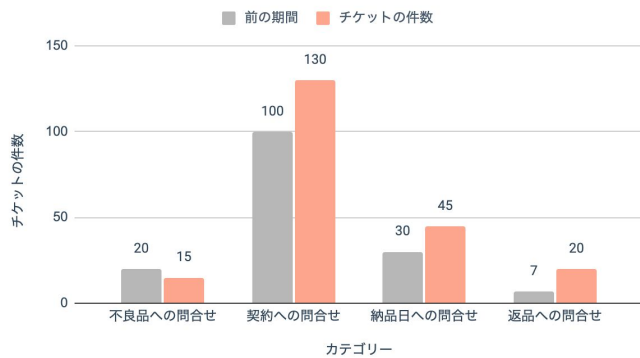
ステータス別のチケット合計数

日付範囲: 過去30日間



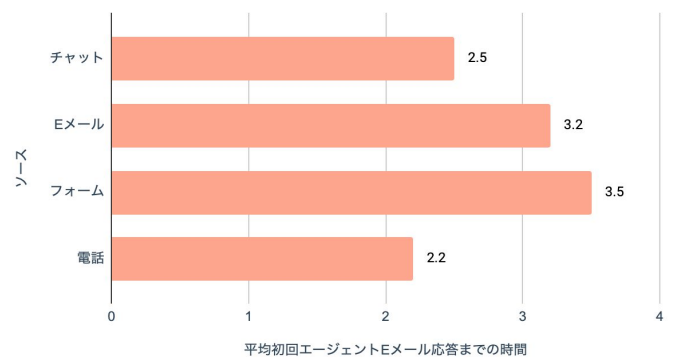
カテゴリ別のチケット合計数

日付範囲: 過去30日間 比較対象: 過去30日間



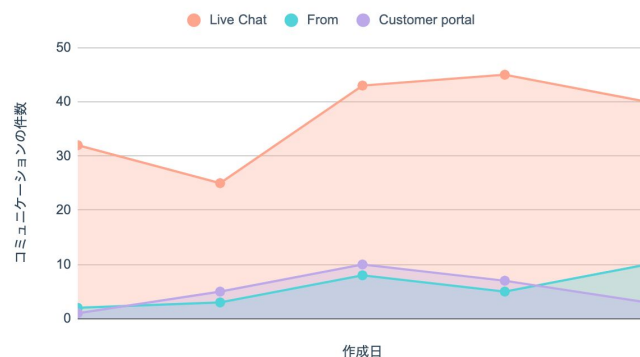
ソース別のチケットの平均対応時間

日付範囲: 過去30日間



ソース別 経時的なチャットコミュニケーションの合計数

日付範囲: 過去30日間 頻度: 週次



最も多く閲覧されたナレッジ記事

日付範囲: 過去30日間

ナレッジ記事	ビュー数	平均ページビューあたりの時間
ログインできません	260	50秒
パスワードを忘れました	402	80秒
ユーザー権限を設定することはできますか？	103	120秒
解約手続きについて教えて下さい	54	60秒
請求書を再発行してください	38	90秒

Appendix



プランごとに作成できるレポートの種類、レポート・ダッシュボード数

	ダッシュボード	テンプレート レポート	カスタムレポート	セールス アナリティクス	トラフィック アナリティクス	サービス アナリティクス
Free	3	○				
Marketing Hub	10～	○	○		○	
Sales Hub	10～	○	○	○		
Service Hub	10～	○	○			○
CMS Hub	10～	○	○		○	
Operations Hub	10～	○	○			

※2022年12月現在の情報となります。最新の情報は[製品カタログ](#)をご確認ください。

※プランによって作成できるレポート、ダッシュボードの数は異なります。詳しくは[製品カタログ](#)をご確認ください。

※カスタムレポート、アナリティクスはいずれの製品もProfessional/Enterpriseのプランでご利用いただけます。

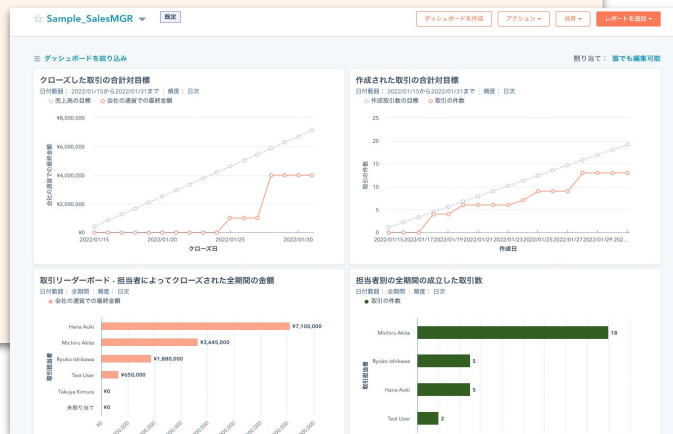
レポーティングの上限数の引き上げ



追加オプションのご契約で、ダッシュボードの上限を300件まで、作成できるレポートの上限を3000件追加できます。

月額：24,000円

参考：[サービスカタログ](#)



よくある質問

質問: レポートはリアルタイムで更新されますか？

回答: 更新頻度は20分に一度です。

質問: レポートの項目の値なしを表示させたくありません。

回答: 「値がある」のフィルターを掛けることで、値がないデータを省いたレポートを作れます。

質問: 入力形式が単行テキストのプロパティばかりで、傾向の分析ができません。

回答: 分析のコツは選択式のプロパティを活用することです。分析に使いたいかどうか考慮してプロパティを設計をしてください。選択式プロパティの例として、ラジオボタン、ドロップダウンがあります。

質問: 思ったようにレポートのデータが表示されません。

回答: チェックリストを確認してみてください。

- ✓ 期間フィルターがかかっていませんか？正しい期間に設定しているか確認してください。
- ✓ データの更新頻度は20分に一度です。20分以上時間をおいて再度確認してください。
- ✓ カスタムレポートビルダーで複数のオブジェクトをデータソースに選択した場合、プライマリーデータソースとセカンダリーデータソースが正しく設定されているか確認してください。
 - プライマリーデータソースとセカンダリーデータソースが逆になっていませんか？
 - レコード同士が正しく関連付けされていますか？

※プライマリーデータソースとセカンダリーデータソースの詳細は23ページをご確認ください。

よくある質問

質問: 単一オブジェクトレポートはどんなときに使いますか？

回答: 一部のレポートは単一オブジェクトでしか作ることができません。代表例としては、取引ステージに入った時間を使ったレポート、フォーム名を使ったレポートです。

質問: HubSpotの個別の機能でもレポートが見られます。レポート機能のレポートとどのように使い分けたいですか？

回答: フォーム、メール、ランディングページ等、個別施策のパフォーマンスを測定したいときには、該当する機能のレポートもご活用ください。同じコンテンツタイプ同士を比較したいときは、個別機能の分析タブページをご活用ください。機能配下のレポートであっても、多くの場合ダッシュボードにのせられます。

参考資料



ナレッジベース

- [① セールス アナリティクス ツールでセールスレポートを作成する](#)
- [② ジャーニーレポートの作成](#)
- [③ カスタム レポートビルダーを使用してレポートを作成する](#)



HubSpotブログ

[アトリビューションとは？収益の貢献度を可視化する分析手法を知ろう](#)

おわりに

HubSpotのレポート機能、いかがでしたか？

HubSpotのレポート機能を活用することで、**正確かつリアルタイムで数値が見える化でき、ひいては明確なアクションプランを立てることに役立ちます。**

「いまいち成果が出ていないけれど、どう対策をしたらいいのかわからない ...」という方は、ぜひレポート機能を活用して現状と成果が出ていない要因を把握し、PDCAサイクルを回せるプロセスを構築していきましょう。

すでにHubSpotのレポート機能を活用されている方も、「こんなレポートも HubSpotで作れるんだ！」「このレポートがあればボトルネックが把握できそう」と新しい発見につながっていたら幸いです。