



WEBマーケティングとは

目次

- WEBマーケティングってそもそも何？なぜ必要？
- WEBマーケティングをするメリット・デメリット
- WEBマーケティングの大まかなフロー
- WEBマーケティングでの集客施策
- WEBマーケティングでの接客（購入）施策
- WEBマーケティングでのリピーター獲得施策
- WEBマーケティングで重要なのはPDCAを回すこと
- ECサイトにおけるKGI・KPI

WEBマーケティングってそもそも何？なぜ必要？

- マーケティングのゴール
= 営業しなくても売上げがたつ仕組みを作ること
- マーケティング
= 物が売れる流れを作る活動

営業活動

今ある商品・商材を売り込むこと
『**起点は商材**』



マーケティング活動

顧客が買いたくなる仕組みを作る
『**起点は顧客**』

⇒WEBマーケティングとはWEBを利用して、
物が売れる仕組みを作る活動のこと

マーケティングの中のWEBマーケティング

マーケティング

デジタルマーケティング

WEBサイトだけでなく、
IOTデータ・各デバイスアプリのデータ
メールマーケティングなども含む

アウトバウンド マーケティング

広告・テレアポ・サイネージ
などのプッシュ型施策

WEB マーケティング

主にWEBサイトでの施策

WEBマーケティングをするメリット・デメリット

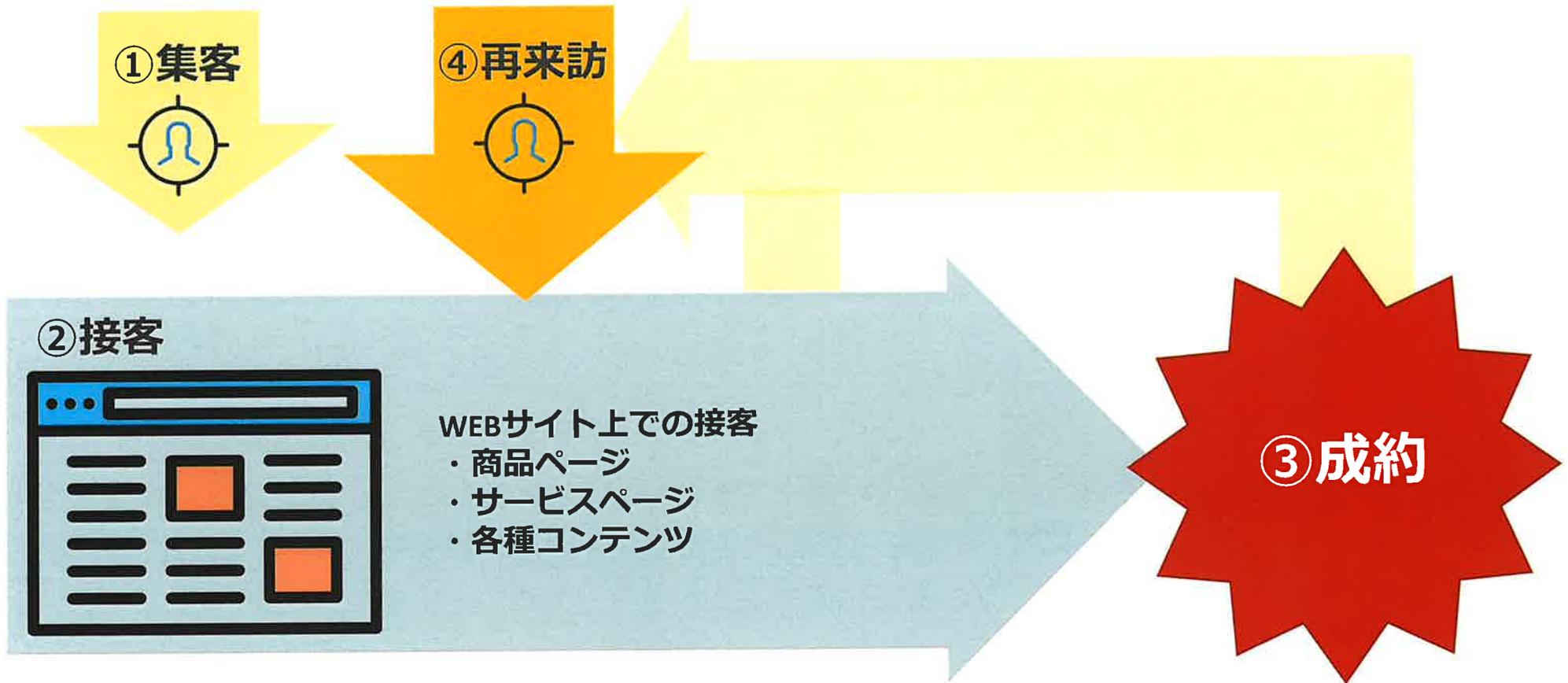
メリット

- 数値がデータとして取得できる
 - 数値から仮説立て・検証・施策のサイクルを回してブラッシュアップすることができる
- オフラインと違い、全国、全世界への共通施策展開が可能
 - リアルマーケティングだと24時間365日の体制は費用的に難しい
- 比較的低コストからの導入が可能
 - マスマーケティングに比べて少額でも効果が見込める
- スピード導入が可能
 - 修正、設定などもWEB上で完結するため即時に対応が可能

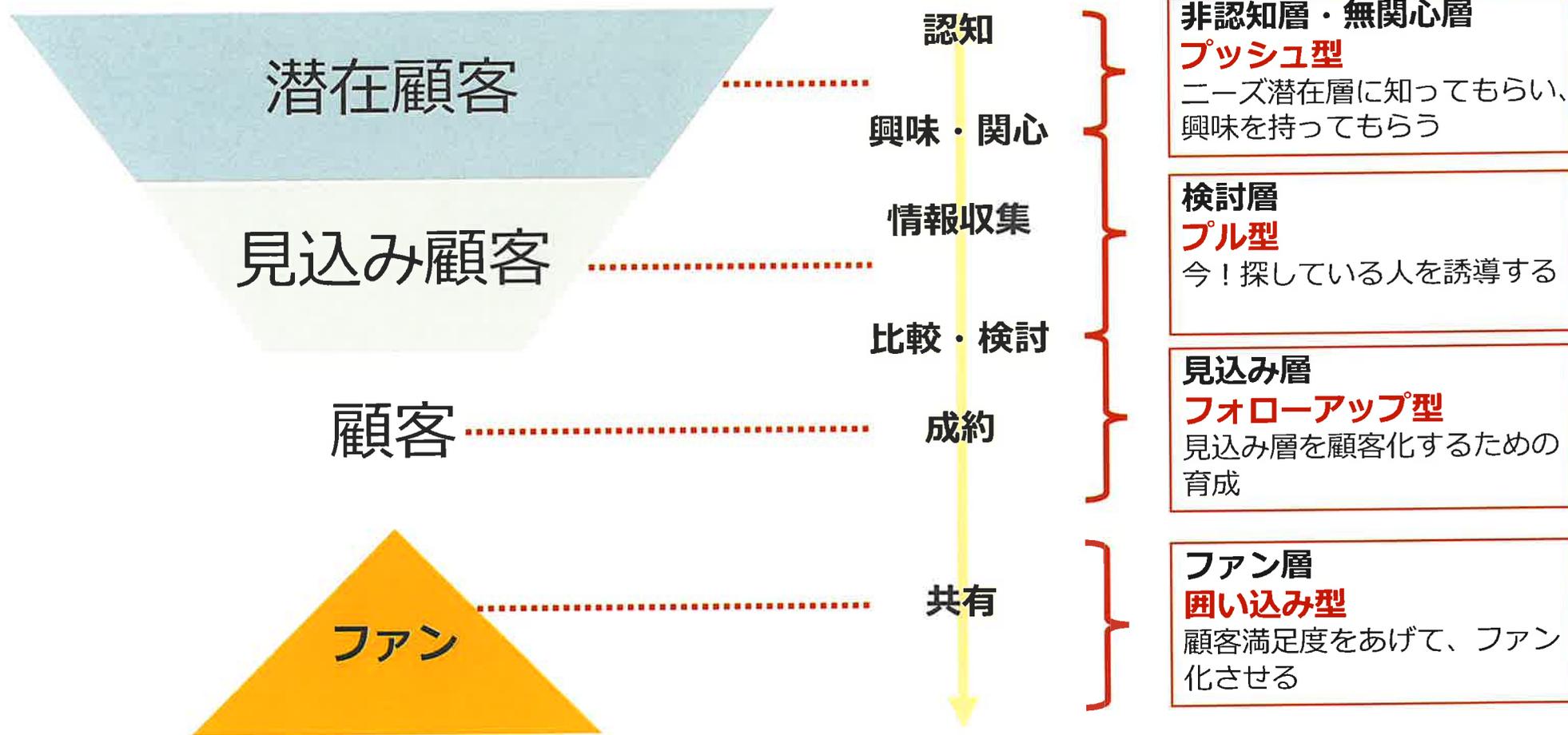
デメリット

- 信用されにくい
 - ブランド力のある商材でないと購入時に関係を築けないので顧客が不安になる
- WEBでは価値が伝えられないものもある
 - 手触り、味、匂いなど顧客に正確に情報を伝えられないものもある
- メリットが逆にデメリットにもなる
 - 即時に反映されるため、SNSでの発信や、データの入力間違いなどがあった場合に、顧客に間違った情報が広がる

WEBマーケティングの大まかなフロー



マーケティングでの顧客ファネル



デジタルマーケティングでの手法

集客施策

- 見込み顧客のサイト流入増加
- オフライン施策
- 他メディアへの広告出稿
- SEO
- SNS広告
- リスティング広告
- アドネット広告
- アフィリエイト広告
- SMM

接客施策

- サイト内での収益化
- LPO
- EFO
- WEB接客ツール

再来訪

- リピーター獲得・顧客育成
- メールマーケティング
- リターゲティング広告
- コンテンツマーケティング
- SMM

WEBマーケティングでの集客施策

より多くの見込み顧客にサイトに来てもらうための施策

- WHAT：どの商材を
- WHO：どんなターゲットに
- HOW：どうやって（何を使って）集客するか

ターゲットによって集客の方法は変わる（B2B・B2C、潜在・顕在・リピーター）
顧客のニーズを把握してうち手を変えることが重要

WEBマーケティングでの接客（購入）施策

流入した顧客の満足度を上げ、
成約につなげるためのサイト内での施策

- WHO：どんなユーザーが
- WHEN：いつのタイミングで
- WHY：何を決め手として
- WHAT：何を成約したか
- WHERE：どこで離脱したか

顧客のニーズ行動から、成約の後押しをするために改善すべきポイントをデータから把握し、満足度をあげる

WEBマーケティングでのリピーター獲得施策

サイトに訪れたユーザーを顧客化、
ファン化するために再訪問してもらう施策

- WHO : どのファネルのターゲットに
- WHEN : いつのタイミングで
- HOW : どのようにアプローチするか

成約済みの顧客と検討中の顧客ではニーズが違う
ニーズを把握し、うち手を変えることが重要

WEBマーケティングで重要なのはPDCAを回すこと

目標となるKGI・KPIに向けて、仮説・戦略をたて、効果計測を行い、改善施策を回して検証し日々最適化することが大切

■サイトの目的（KGI=最終的な目標）によって、KPIは変わる

- プロモーションサイト：認知度アップ
- コーポレートサイト：ブランディング・問い合わせ・資料請求・売上
- ECサイト：売上
- 店舗サイト：認知度アップ、来店数アップ
- メディアサイト：広告収入アップ などなど

WEBサイトを最適化させるための効果検証のために
『アクセス解析』が不可欠

WEBマーケティング改善サイクル

