



第3回

集客に、Web広告を上手に活用するコツとは。



Profile プロフィール

ソウルドアウト株式会社 執行役員 CMO

長谷川 智史

大手ネット広告代理店、Webコンサルティング会社のマネージャを経て、2012年に中小・ベンチャー専門のWebマーケティングを支援するソウルドアウト株式会社に入社。広告だけではなくサイト制作も含めて支援し、中小企業ならではのWeb活用で成果を上げることに尽力する傍ら、自社ブログ「LISKUL」を通じてノウハウを発信している。

いま注目されているWeb広告のトレンド

Web広告の手法はさまざまです。定番は「リスティング広告」、昨今では「コンテンツマーケティング」と合わせて行なうことがトレンドの手法。集客のためにには、それぞれ次のようなポイントがあります。

「リスティング広告」、「コンテンツマーケティング」とは

短期的に成果が期待できる「リスティング広告」は、検索エンジン (GoogleやYahoo! など) の検索結果ページに、ユーザーが検索したキーワードに連動したテキスト広告を出稿する手法。自社の強みと一致したキーワードの組み合わせがポイントです。例えば無添加食品のECサイトを運用している場合は、"無添加食品"という漠然としたものではなく、"無農薬玄米価格"など、購入や資料請求といった顧客の行動に直結するものが良いでしょう。

また、成果に中長期を要する「コンテンツマーケティング」は、コラムやブログ、動画などのコンテンツを通して集客を図る手法です。こちらは、企業が発信したいことを一方的に伝えるのではなく、顧客がどんな情報を知りたいのかを考え、自社の知見を活かし、社員自らが原稿を書くことが集客への近道です。

顧客の心理・行動を理解し、「顧客視点」を持つ

いずれの手法でも、大切なのは「顧客視点」です。顧客視点を持っていれば、時代の変化に流されずに成果を上げることができるでしょう。「この商品を購入する人はどんなきっかけで商品を検索するのか」など、顧客の行動への理解を深めていくことがカギとなります。

最初から飛び道具的な広告や、目新しい広告に膨大な資金を投入するのではなく、地道とはいえ、事例や成果が多く出ているこれらの手法で、着実に続けることが成功につながると言えるでしょう。