

【いまさら聞けない】  
わかりやすい  
Webマーケティング  
入門セミナー



盟生総研株式会社

# 資料配布・アンケートフォーム



盟生総研

公式LINEにて  
・ **本日の資料**  
・ **アンケート**  
をお送りします。

事前にご登録を  
お願い致します。



# プロフィール

## 【本日のセミナー講師】



佐々木 耕太郎

盟生総研株式会社 マーケティングコンサルタント。

学生時代にコンテンツビジネスを学び、WEB集客の基本、商品・サービス開発、WEBプロモーションのスキルを習得。その知識や経験をもとに個人向けコンサルティング、オンラインコミュニティの運営をし大学卒業と同時に独立。

現在は、盟生総研のマーケティング・企画・制作に携わっている。

動画マーケティングやSNSマーケティング、DRMにも精通しており教材開発、ステップメール構築、リストマーケティングの構築等も担当している。



■ プロフィール

# 【盟生総研株式会社】

個人・法人問わずWEBマーケティングの  
トータルコンサルティングを行っている

HP制作・LP制作・WEB分析・広告運用代行  
動画制作・チラシ、DM制作、プレスリリース



■ 本セミナーのゴール

マーケティングとは？  
の基本を知って  
事業に役立てて頂く



■ はじめに

あなたにとって  
マーケティングとは？

# ■ 経営学の父 ピータードラッカー



マーケティングの理想は、  
**販売を不要**にすることである。

マーケティングが目指すものは、顧客を理解し、製品とサービスを顧客に合わせ、おのずから売れるようにすることである。

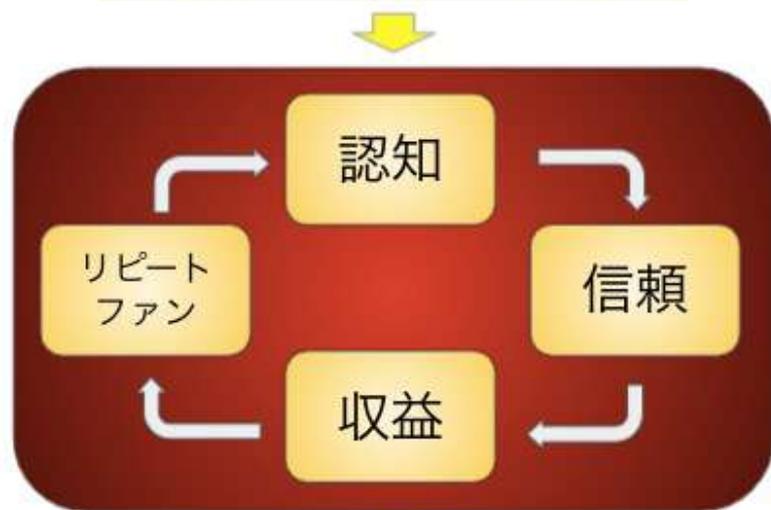


■ マーケティングの定義

**総合的な価値をあげること**

# 盟生総研のオンライン集客環境構築

リサーチ(市場調査)



ネット集客の  
仕組み構築を実現！

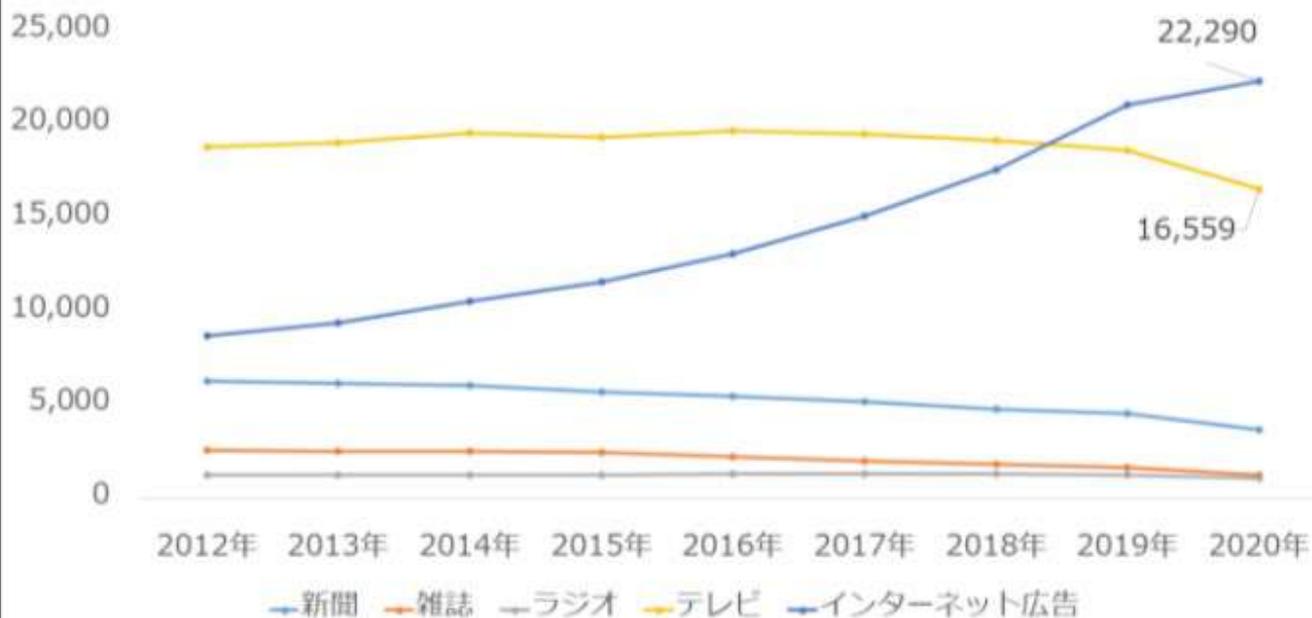
お客様の現在の集客状況や市場を徹底的にリサーチし、担当者が**市場の課題発見**や**強み**を見つけ**ポジショニング設計**を行います。

認知→信頼→収益→リピートファン化のマーケティングの基本的な流れに沿って、**戦略の全体像**を描き、担当者と共に集客を実現していく為の行動目標を明確にして実施していきます。

# 現代のWEB集客市場

日本の広告費の推移

MR メディアレーダー  
MEDIA RADER



・ 4大マス広告(新聞,雑誌,ラジオ,テレビ)業界の成長が全て衰退傾向

・ オンライン広告だけが唯一成長している

・ **オンラインを活用することが最も売上に繋がりがやすいことが伺える**

# お客様の声



## 田中 泰之 様 エースガーデン株式会社 代表取締役

コロナ禍の中でも昨対比**30%**増収、新規集客アップ、  
テニスコートの予約は毎日常に埋まっている状態に！

当店は駅から遠い、けして立地の良い場所にはないゴルフ練習場、  
レンタルテニスコートを運営しております。  
HPは"あった"のですが、正直"あっただけ"でした。そこでHPのプロ  
デュース、集客をお願いした結果多くの新規の御客様を獲得する  
ことができました！

特にテニスコートの予約の問い合わせを変更した効果は絶大でし  
た。御客様からお褒めの言葉をたくさん頂いております。盟生総  
研さんには大変感謝しております！

# お客様の声

## 鹿山 剛央 様 株式会社ケイズエアシステム 代表取締役

協力業者募集の威力は絶大！**毎週応募**があり、事業拡大中！！

昨今の建設業全体の人手不足により、職人さんの確保が難しい中、職人さんを集めることに特化したサイトの構築を盟生総研さんをお願いいたしました。2018年1月より、運用を開始し今では、毎週1件以上の協力業者様からのお問い合わせが来ております。

そのおかげで、お客様に喜んでいただけるような体制をとる事ができ、今期は前年比150～180%の売り上げを見込む事ができております。

今後は、集まった職人さん達とともに、技術を向上するために講習会や情報交換などをしていき、より一層お客様に満足していただけるチームを作っていきます。その一つの礎を作っていただいた、盟生総研さんには感謝いたします。今後とも末永くよろしくお願いいたします。

# お客様の声



浅川 達郎 様  
浅川不動産株式会社 代表取締役

ホームページ月間お問い合わせほぼ0件の状態から、  
現在では**平均10件以上**の不動産契約の申し込みが入る状態に！

ずっとお世話になっています。

非常に広い分野の知識をお持ちで、その時々が一番合った集客の方法をご提案  
くださいます。全く思いもつかない方向でのご提案をいただけるので、お会い  
するたびに新しい気付きがあります。

弊社の集客も、思いもよらないところからの物が増えてきました。ひとえに葛  
西さん効果。

集客にお困りの方がいらしたら、ぜひ盟生総研さんにご相談ください。

# お客様の声

## HPS株式会社 屋根の職人本舗 代表取締役

お問い合わせ年間1~2件の状態からコンサルティング開始後、  
**3ヵ月でお問い合わせ数が毎月十件以上を獲得！**

盟生総研さんにご依頼する前までは、ホームページで集客したいと思っていても年に一回来るかこないかで、集客がなかなかできない状態でした。

そんなときに盟生総研さんと出会い、弊社のWEBマーケティングに真摯に向き合ってください、今では毎月数十件以上のお問い合わせが来るようになりました。

盟生総研さんにはとても感謝しています。今後ともよろしくお願いします。



# お客様の声



## 美容室 Jovial オーナー

YouTube未経験の状態からPV製作後、「ヘッドスパ」キーワードでPV映像が第3位獲得！**20万再生を超えるチャンネルになり、ファンレターが届くようになるまでに！**

美容室の広告というと、多くはポータルサイトなどが一般的ですが、うちでは一切出していませんでした。

そんな時、代表の葛西さんと知り合いYouTubeで動画を出してみてもいい？との事で、サロンの案内などを動画にあげ始めたのがキッカケで、それからはシャンプー動画、ヘッドスパなどの動画をあげ始めたら、視聴回数も少しずつ増えてきて、2ヶ月で20万PVを超えるようになりました。

動画の効果もあって、新規のお客様からの問い合わせも増えて、関東近県からのご来店も増え盟生総研さんのサポートのすごさを実感しております！

# WEBマーケティングの全体像

目的や方向性を設計し  
スタートからゴールまで  
お客様の導線を構築



認知 > 興味  
関心 > 共感  
信頼 > 購入  
お問い合わせ

# ■ WEB集客が上手くいかない原因

ブログもSNSも  
毎日更新してるけど  
正直全く集客できていない...



3Mを意識すること

正しいマーケット  
正しいメディア  
正しいメッセージ

これら3つを機能させる  
反応がない場合はどっかズレてる



■ 消費者行動プロセス

知って

試して

→比較して←

買って

使って

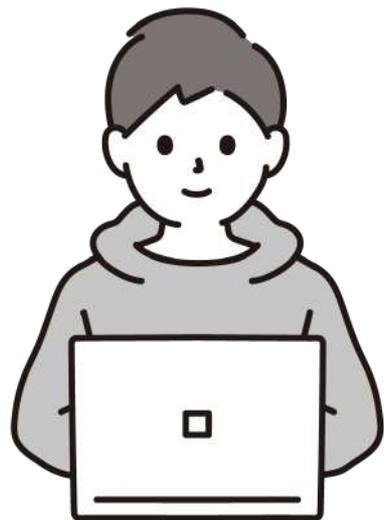
好きになる

紹介もしくはリピートする

# ■ メディア乱立時代における戦術

情報発信者で溢れている

時代だからこそ



**戦術**

が必要不可欠

# 従来Web集客



A社 ホームページ



他社からの営業  
お問い合わせ



SEO対策

# 現代のWeb集客



ホームページ・LP

ホームページ、LP  
公式LINE等を  
受け皿として持ち

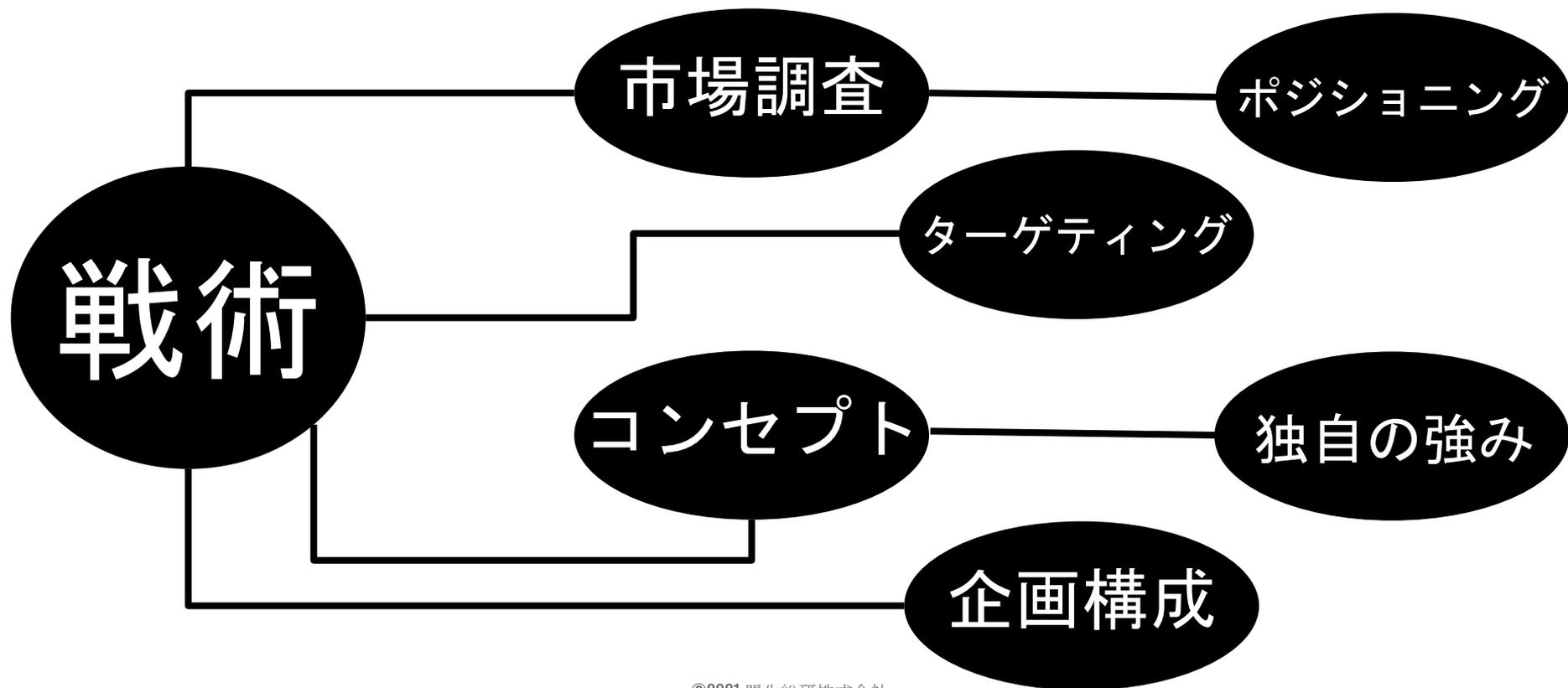


公式LINE・メルマガ

各メディアから  
アクセス流入を作り



# マーケティング戦術マップ



# メディア乱立時代における戦術

市場調査

ポジショニング

コンセプト

戦術

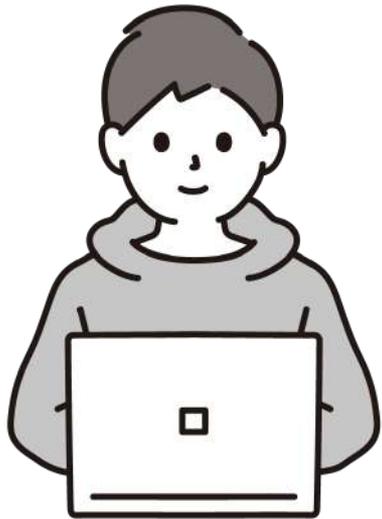
ターゲティング

独自の強み

CTA

# ■ 市場調査（リサーチ）①

## 市場調査の目的...



- ◆ お客様の悩みを知る
- ◆ 競合の戦い方を知る
- ◆ 競合のいない隙間を知る
- ◆ 自身の攻め方を決める

# ■ 市場調査（リサーチ）②

## パーソナルトレーナーの例

### 【お客様の悩み】

- ぽっこりお腹が気になる
- 下半身だけ痩せたい
- 二の腕だけ痩せたい
- 細マッチョになりたい
- プライベートな空間で鍛えたい

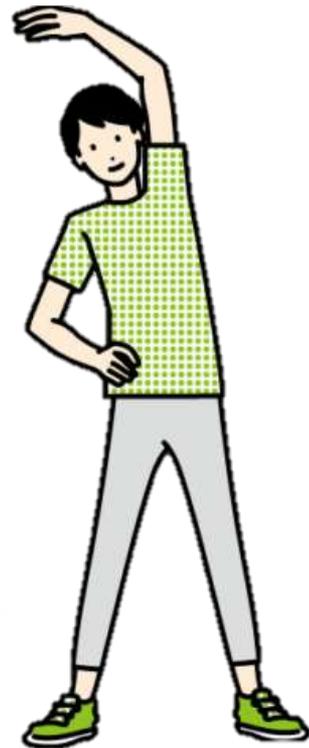


# 市場調査（リサーチ）③

## パーソナルトレーナーの例

### 【競合の戦い方】

- 自社HPのみで発信
- 全年齢層がターゲット
- 体重を減らすダイエットに特化
- トレーナーの人間性が分からない



# メディア乱立時代における戦術

市場調査

ポジショニング

コンセプト

戦術

ターゲティング

独自の強み

CTA

# ■ ポジショニング①

## ポジショニングとは？



何でもできる人



コレができる人！

お客様からみたあなたの立ち位置を明確にする

## ■ ポジショニング②

◆ターゲットの絞り込み

◆市場の一定層にだけメッセージ

### 【身近な例】

- ドモホルンリンクル（30歳からの基礎化粧品）
- ライザップ（2ヶ月間で肉体改造）
- MacBook（PCではなくもはやMacBook）
- 彼氏メシ（パートナーが居る女性向け）
- ドミノピザ（20分以内に熱々ピザをお届け）

# ■ ポジショニング③

## 顧客層とベネフィットの2軸で差別化を図る



# メディア乱立時代における戦術

市場調査

ポジショニング

コンセプト

戦術

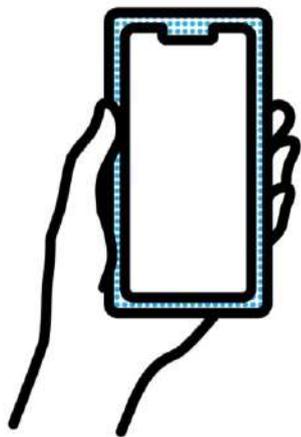
ターゲティング

独自の強み

CTA

# ■ ターゲティング①

ターゲティングとは？



全員へ向けて発信



特定層に向けて発信

あなたの商品・サービスを届けたい人を明確に！

## ■ ターゲティング②

ターゲットによって“伝え方”は変わる

### 【腰痛に効く薬を売りたい】

20代 対象：スポーツで疲れた身体にはコレです

40代 対象：毎日のデスクワークの疲労にはコレです

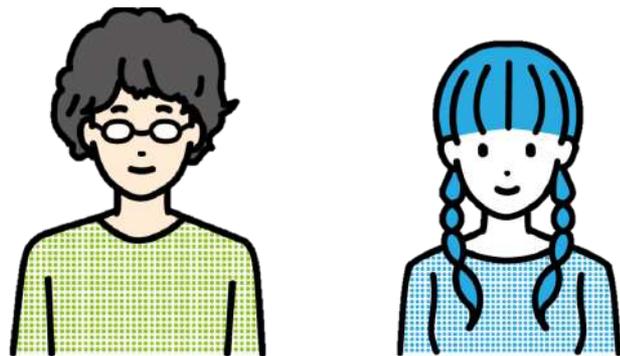
70代 対象：しんどい階段の上り下り、コレで解決です

# ■ ターゲティング③

## ターゲットの設定（ペルソナ）

たった一人の特定個人レベルまで設定する

| ペルソナ |               |
|------|---------------|
| 名前   | 田中太郎          |
| 年齢   | 36歳           |
| 性別   | 男性(既婚)        |
| 職業   | 会社員(Webデザイナー) |
| 収入   | 年収480万        |
| 住まい  | 東京都杉並区        |
| 趣味   | ゴルフ、ドラマ鑑賞     |



# ■ メディア乱立時代における戦術

市場調査

ポジショニング

コンセプト

戦術

ターゲティング

独自の強み

CTA

# ■ コンセプト・独自の強み①

## コンセプトとは？



発信の切り口  
サービスの一貫性

全てをブラさないように一貫した軸の部分

## ■ コンセプト・独自の強み②

終始一貫させることで統一感が生まれる

【人目を気にせず痩せられる女性に優しいパーソナルジム】

- 完全プライベート個室（予約制）
- 個室シャワー完備
- 女性だけの会員制
- 化粧ルーム完備
- 大通りから離れたマンションの一室
- 化粧水、アメニティも充実
- お客さんとトレーナーのマンツーマン
- トレーナーも女性のみ
- 着替え用の個室

## ■ ポジショニング③

**コンセプトメイキング＝概念＋実体**

- 【事例1】 小学生の頃の思い出に浸れる＋居酒屋
- 【事例2】 3000曲をポケットに入れられる＋プレイヤー
- 【事例3】 魔法の国に入ったような＋テーマパーク
- 【事例4】 吸引力の変わらない＋掃除機

# メディア乱立時代における戦術

市場調査

ポジショニング

コンセプト

戦術

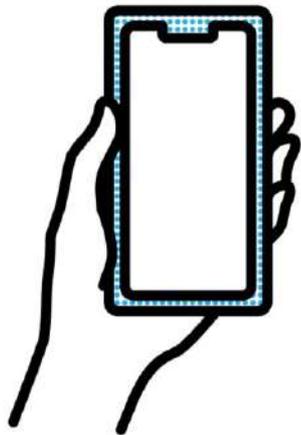
ターゲティング

独自の強み

CTA

# Call to Action①

## CTA (Call to Action) とは？



とりあえず読んでね



コレをして下さい！

読み手に具体的な行動アクションを提示する

# WEBマーケティングの全体像

目的や方向性を設計し  
スタートからゴールまで  
お客様の導線を構築



認知 > 興味  
関心 > 共感  
信頼 > 購入  
お問い合わせ

# WEBマーケティングの全体像

目的や方向性を設計し  
スタートからゴールまで  
お客様の導線を構築



認知 > 興味  
関心 > 共感  
信頼 > 購入  
お問い合わせ

# Call to Action②

## お客様に一瞬でも迷いを与えない



- 資料請求
- お問い合わせ
- メルマガ登録
- 公式LINE登録

- ◆ ボタンのデザイン
- ◆ ボタンの位置
- ◆ ボタンの文言



# CTAは伝家の宝刀

～人は迷ったら行動しない～

- ・ 起こしてほしい行動を具体的に指示する
- ・ 見込み客に考えさせない
- ・ 言わないことは存在しないのと同義

信頼する以前に迷わせたら何もできない

必ず具体的な行動を指示する

人は迷ったら行動しない

# Call to Action③

無料で読んでみる

▶ 今すぐ登録する

詳細をチェックする

今すぐ登録する

➤ 今すぐ無料で登録する 

➤ 今すぐ無料で登録する 



申込はこちら



申込はこちら



お問い合わせ



購入はこちら

## Call to Action④

読者は二度とあなたのサイトを見ない

一度の訪問・閲覧でCTAに導くためには...？

これまでの

戦術

にかかってくる

# ■ メディアの特徴と選定



サービス提供の年齢層が高めの場合や、より信頼できる顧客を獲得したい場合に推奨。

実名登録が必須なため、信頼性が非常に高い傾向がある。



女性向けや店舗を営んでいる方を中心に情報発信したい場合に推奨。

視覚に訴える情報発信と相性が良いため、ハンドメイド作品やネイリストなどは非常に相性が良い

# メディアの特徴と選定



主に若年層や企画力、拡散性を高める戦略の際に活用する事を推奨。

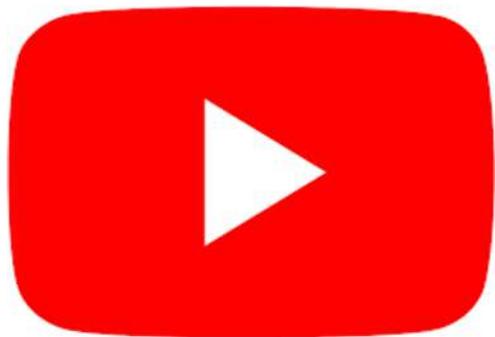
気軽なコミュニケーションからでも販売できる商品やサービスは短期でも成果が出やすい傾向がある。



主に若年層(10~20代向け)がターゲットの場合に活用を推奨。

リーチ（認知度UP）獲得をしやすいため、とにかく広めるきっかけを作りたい方向け。

# メディアの特徴と選定



年齢層に左右されず、長期安定的に見込み客の集客をしたい方に推奨。

戦略・戦術をしっかりと練った上で攻略すれば、広告費を削減しながら集客できる強い味方に。



情報感度の高いユーザー層が集まり高所得者も多い市場です。主にビジネス系やトークが得意な方に推奨。

教育系のコンテンツ販売者と相性が良い。

■ Q&A

# 質疑応答

HP ・ SNS ・ 広告運用 ・ etc

# LINEで集客相談



# 盟生総研

〒193-0934

東京都八王子市元横山町3-9-3

URL:<https://meiseisouken.jp/>

Mail:[info@meiseisouken.jp](mailto:info@meiseisouken.jp)

公式LINE



お問い合わせ

