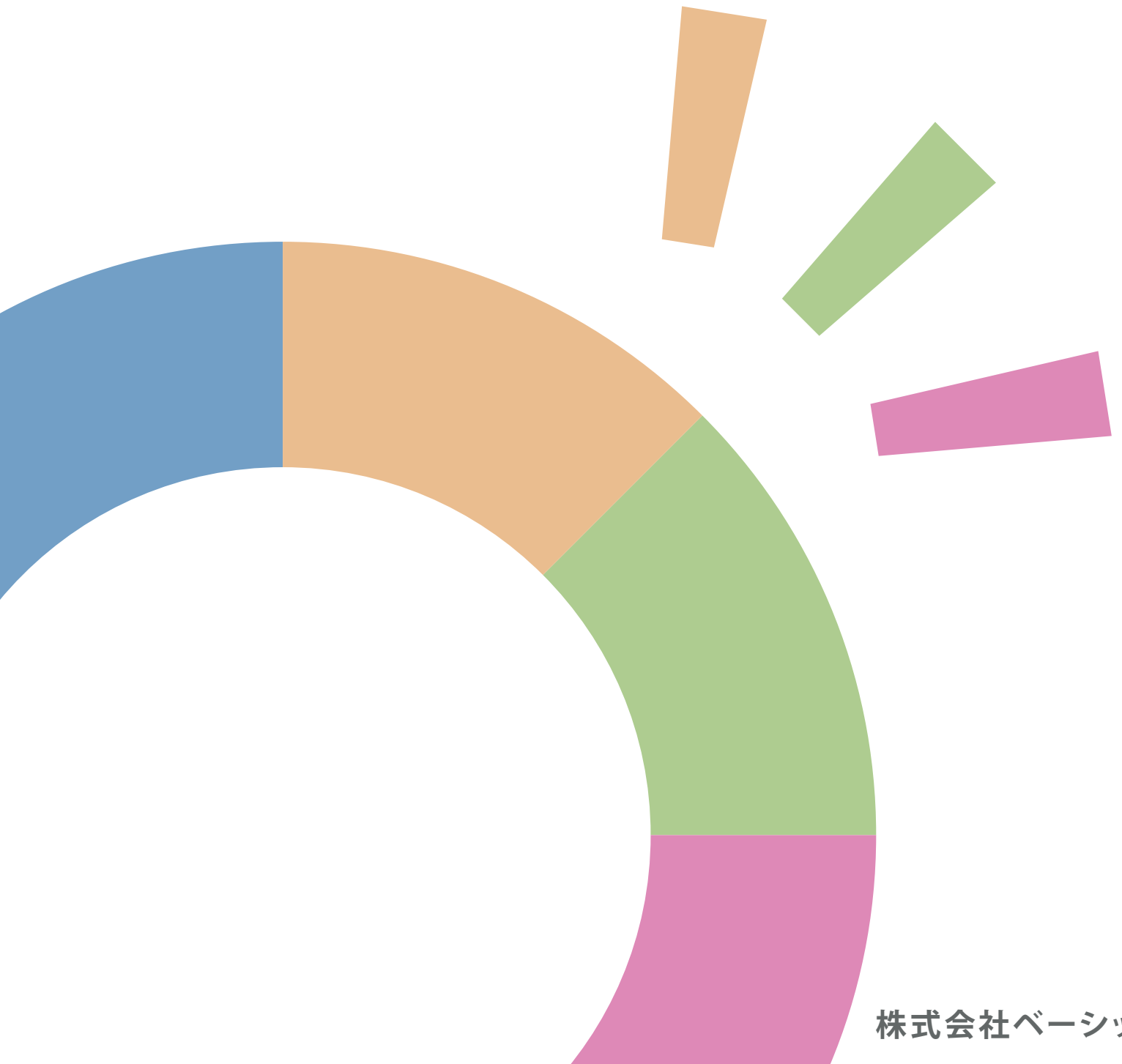


ferret  ne

目指せ広告費削減！

リスティング広告から 脱却する方法



目次

はじめに

第1章

リスティング広告について正しく理解していますか？

第2章

リスティング広告をやめた方が良い3つのケース

第3章

リスティング広告以外の集客手法は？

第4章

リスティング広告をやめるために必要なポイント

第5章

サイト集客を成功させるための基本

第6章

サイト集客の決定版ferret One

おわりに

「サイトへの集客のため、代理店に依頼してリスティング広告を行っているが、最近CPAが高くなってきており、その効果にも疑問を持っている。SEOやSNS、他の広告なども考えているが、それぞれのメリット・デメリットなどがよくわからない…」

このような悩みを持つWeb担当者の方もいるのではないのでしょうか？

リスティング広告は、予算を自由に設定でき、ニーズが顕在化しているユーザー、つまり買いたい商品や、利用したいサービスが明確になっているユーザーにアプローチできる手段のため広く利用されています。

しかし、成果を得られやすいキーワードには広告主の人气が集中してしまい、CPAが高騰するという傾向があります。代理店任せになっている場合には、CPAが高騰している、費用対効果が低下している、運用効率が悪化しているなどの理由がわからないままに無駄な費用を払い続けていることも多々あります。

本書では、リスティング広告についての理解を改めて確認するとともに、リスティング広告だけに頼らずに低コストでサイト集客を行うための足掛かりとなる方法をお伝えします。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

1 | リスティング広告について正しく理解していますか？

▶ インターネット広告の現在

リスティング広告に触れる前に、インターネット広告の現在の状況について確認しておきましょう。

株式会社電通による「日本の広告費」によると、インターネット広告費は、2004年にラジオ広告費、2009年には新聞広告費を上回り、2014年にはインターネット広告費全体で1兆円を超えました。2017年には1兆5千9億円と右肩上がりの成長を続けています。ここ数年のうちにはテレビ広告費を上回ることも考えられる状況です。

表1. 2015～2017年 媒体別広告費（億円）

媒体	広告費（億円）			前年比（%）	
	2015年	2016年	2017年	2016年	2017年
新聞	5,679	5,431	5,147	95.6	94.8
雑誌	2,443	2,223	2,023	91.0	91.0
ラジオ	1,254	1,285	1,290	102.5	100.4
テレビ	19,123	19,657	19,478	101.7	99.1
インターネット	11,594	13,100	15,094	113.0	115.2

「2017年 日本の広告費」（株式会社電通、2018.2.22）より

また広告手法別では、図1のようにリスティング広告はディスプレイ広告（※）と並んで全体の約40%を占めており、インターネット広告のなかでも有力な手法として

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

利用されていることがわかります。

なおディスプレイ広告を、リスティング広告の一種としている場合もありますが、本書では分かりやすさのために、リスティング広告を検索キーワードに連動して表示される広告と限定しています。

※ディスプレイ広告：Webサイト上に表示される画像、動画広告やテキスト広告で、Yahoo!ディスプレイアドネットワーク（YDN）やGoogleディスプレイネットワーク（GDN）に代表される広告。リスティング広告が「今すぐ客」にリーチするのに対して、ディスプレイ広告は「見込み客」を狙う。



Yahoo!のトップページに表示されている代表的なディスプレイ広告

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



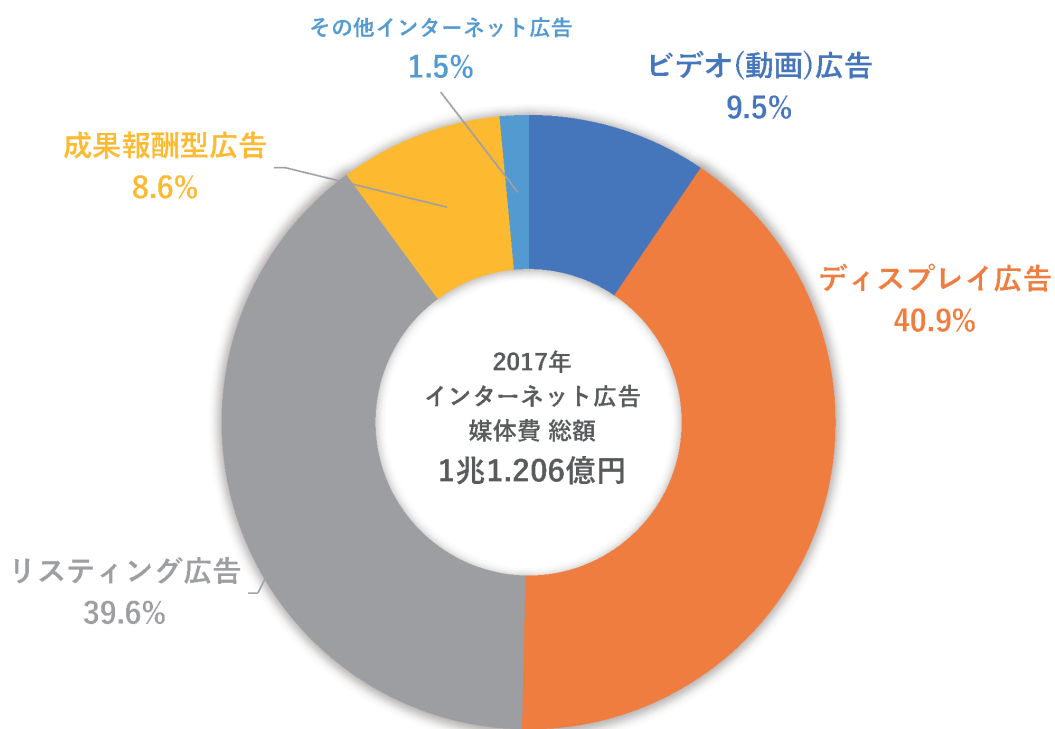
ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

またYoutube広告に代表される動画広告も、2017年には約10%の割合を占め、年々利用率が高まっています。

図1. 2017年インターネット広告媒体費 広告種別構成比



(注1) 「2017年 日本の広告費」より転載

(注2) 本図の数字には広告制作費が含まれておりません

さて、インターネット広告の中でもよく利用されるリスティング広告の特徴、メリット・デメリットはどのようなもののでしょうか？次項で説明しましょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



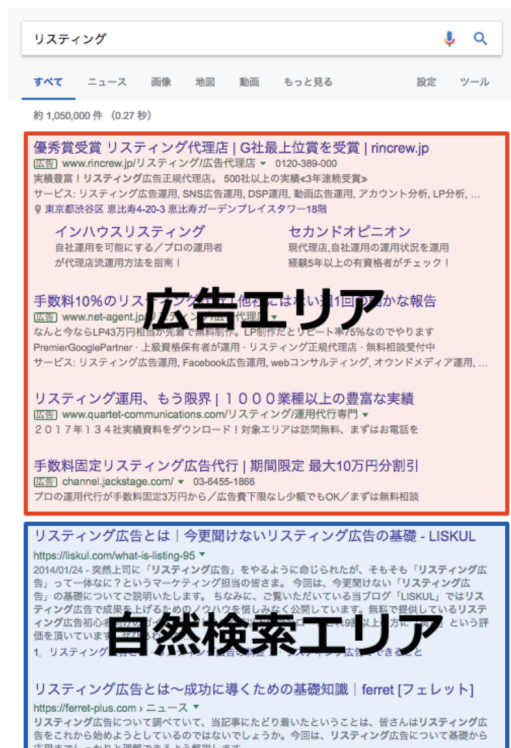
ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

リスティング広告は、Yahoo!やGoogleなどの検索エンジンで、ユーザーがあるキーワードで検索したときに、その検索キーワードに連動して表示されるテキスト広告です。図2のように検索エンジンによる自然検索結果の上段に表示されます。代表的なサービスとして、Yahoo!プロモーション広告、GoogleAdWordsがあります。

図2. リスティング広告の例



広告主は自社商品・サービスに関連するキーワードとともに、タイトル・説明文・表示URL・リンク先URLを登録し、ユーザーを自社ページ（ランディングページ：LP）に誘導します。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

リスティング広告は、表示されるだけでは課金されず、ユーザーが広告をクリックしてはじめて料金が発生するため、表示された時点で課金されるディスプレイ広告に比べ、効率的な運用を行うことができる可能性が高いことが大きな特徴です。また冒頭でも触れたように、既に関心がある商品、利用したいサービスがあり、それを探しているユーザーにアプローチしたい場合には有効な広告と言えます。

ただし、リスティング広告は登録したキーワードが検索された際に必ず表示されるわけではありません。同一キーワードに競合の広告主が存在する場合、掲載にあたっての優先順位は表2のようなロジック、すなわち「入札単価 × 品質スコア」の式で表現される「広告ランク」により決定されます。

	入札単価	品質スコア	広告ランク	掲載順位
A社	500円	2	1,000	2位
B社	300円	5	1,500	1位

表2. リスティング広告掲載順位

例えばA社、B社が同じキーワードに対して上表のような条件を設定した場合、A社の方が入札単価は高いのですが、B社の方が広告ランクが高いため、B社の広告が上位表示されます。品質スコアは広告のクリック率やキーワードと広告との関係性、表示URLのクリック率の過去実績、リンク先LPの品質など多岐にわたる要素から総合的に算出されます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶ リスティング広告の主なメリット

① 低予算から始めることができる

純広告のように、表示される枠（スペース）に対して出稿する場合には、数十万円から数百万円が必要になるケースもありますが、リスティング広告では広告費を自由に設定できるため、低予算から始めることができます。また表示されただけでは課金されず、クリックされてはじめて課金がされる仕組みのため、多くの場合、経済的な出稿となる広告手法です。

② コンバージョン率の高いユーザーに広告訴求ができる

既に述べたように、リスティング広告はニーズが明確になっている顕在層のユーザーに訴求できます。例えば、「渋谷 美容院 予約」と検索をした、渋谷で美容院を探している人に対して広告を表示させることができ、コンバージョンである予約を獲得できる可能性が高まります。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

③広告の表示・非表示をすぐに設定できる

広告審査期間（数時間から2営業日程度）を経て掲載することが可能です。
また、掲載を中止したい場合には即座に配信を停止することができます。

注意点として、先述した「入札単価」や「品質スコア」が低い場合や、設定した検索キーワードの検索回数（検索ボリューム）が著しく低い場合、表示されないこともあるということを覚えておきましょう。また、広告の審査が通らず表示されないケースもあります。

▶リスティング広告の主なデメリット

①人気キーワードへの出稿により費用が高額になる場合もある

コンバージョン率の高いキーワードには競合企業も出稿しているケースが多く、クリック単価が高額になりがちです。例えば、金融系や転職系のキーワードの場合、1クリックあたり数千円の広告費用が必要になることもあります。クリック単価については、出稿前はもちろんのこと、出稿後も注意深くチェックすることが必要です。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

②商品・サービスの認知拡大には繋がりにくい

メリットの項で触れたように、ニーズが明確な検索には有効ですが、十分な認知度のないジャンルの商品・サービスの場合、ユーザーの検索と広告主の登録キーワードがマッチすることが少なく、有効に機能しません。

認知拡大を狙う場合は、他の広告手法を検討する必要があるでしょう。

③出稿の準備・運用に手間がかかる

リスティング広告を実施するためには、キーワードの選出、広告に表示されるタイトル・説明文の作成、ランディングページの作成などを細かく調整する必要があります。また日々、クリック率やコンバージョン率などをチェックし、PDCAを回していく必要があるため、担当者はかなりの工数・時間を費やすことになります。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

▶ リスティング広告についてのまとめ

ここまでリスティング広告の特徴やメリット・デメリットについて説明してきました。

リスティング広告を運用する際にもっとも注意すべきことはCPAの高騰です。適切なキーワードを登録でき、コンバージョン率も高く、結果に満足していても、しばらく運用していくうち、気づいたときにはCPAが想定をはるかに超えていたということが起こりえます。

人気があり、検索頻度の高いキーワードには必ず競合企業が参入してきます。その結果、CPAの高騰を招くケースが多く見られます。特に代理店任せになっている場合、CPAの状況など詳細な数値の確認をしていないことも多く、この傾向が助長されることが多くなります。

こうしたことを防ぐためには、日々、クリック率やコンバージョン率などを含め、費用対効果をチェックしながら運用していくことが欠かせません。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

2 | リスティング広告をやめた方がよい3つのケース

幅広く利用されているリスティング広告ですが、下記の事項に該当する場合、他の集客方法を検討したほうが良い場合があります。

CASE 1

既に大企業も含め競合企業が多数参入しており、
クリック単価が高い

期待したコンバージョンが得られていても、同一キーワードを巡って競合企業、特に大企業の参入によりクリック単価が高騰し、費用対効果を大きく損ねている場合があります。

CASE 2

運用の手間やコストの負担が大きい

リスティング広告を効果的に運用しようとする、デメリットの項でも触れたように出稿に多くの手間を要することに加え、キーワードの入札単価の調整、除外キーワードの設定、広告文のA / Bテストなど、様々なチェック作業が必要になります。こうした作業を自社で行っている場合、目に見えない大きなコスト負担を強いられている場合があります。また外注に依存する場合でも外注費の負担は軽くありません。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

Case 3

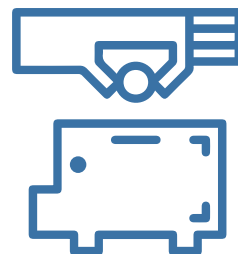
リスティング広告に不向きな商品・サービスに適用している

既に紹介したようにリスティング広告には不向きな商品・サービスがあります。
次のような商品・サービスを対象として出稿しているということはありませんか？

①薄利でリピートも期待できない商品・サービス

購入単価、および利益が低い商品・サービスの場合、広告費の方が高くなって
しまうケースがあります。例えば100円の商品でリスティング広告を行った場合、
クリック単価が25円だとしても、4回に1回は購入されないと、赤字になって
しまいます。

その場合コンバージョン率は25%ということに
なりますが、これは一般的なコンバージョン率が
1~10%であることを考えると、現実的な数字で
はありません。



ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

②コモディティ化しており、優位性が示せない商品・サービス

どこで購入しても大きな違いがない商品についても、リスティング広告には不向きです。品質や機能面に優位性がない場合、例えば単純に価格だけで比較されてしまい、価格の低い商品が購入されます。



③従来にない新しいジャンルの商品・サービス



新しいジャンルの商品・サービスというのは革新的で魅力的かもしれませんが、リスティング広告には不向きです。新しいジャンルの場合、商品名はもちろん、カテゴリやジャンルが認知されていないので、キーワードによる検索が行われません。

リスティング広告は検索キーワードごとに広告訴求をする手法のため、検索が行われない新しいジャンルとは相性がよくありません。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

ここで紹介した事項に一つでも該当している場合、思い切ってリスティング広告をやめ、他のサイト集客方法に乗り換えることを検討されてみるのも有効です。

次項では、リスティング広告以外のいくつかの集客方法を紹介します。

よりコストパフォーマンスの高い、貴社の商品・サービスにマッチした方法が含まれているかもしれません。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

——— などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。 ———

3 | リスティング広告以外の集客手法は？

リスティング広告以外の代表的な集客方法を紹介しましょう。

集客方法 1

SEO

SEOはSearch Engine Optimization（検索エンジン最適化）の略称です。検索エンジンに評価されるコンテンツ、サイトを作成することで、自然検索エリアの上位表示を狙います。上位表示されるまでには数ヶ月の時間がかかるものの、上位表示に成功すれば、広告費をかけずに、サイトへの安定したアクセスを集めることができます。また上位表示されるページへのユーザーの信頼は強く、企業や商品・サービスへの信頼度向上につながります。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

集客方法 2

SNS (Facebook、Twitter、Instagram)

SNSの中でも代表的な「Facebook」「Twitter」「Instagram」について紹介しましょう。

▶ Facebook

SNSの中でも実名利用が最も多いため信頼性が高く、ビジネス面でのつながりによる交流が多いことが特徴です。日本国内だけでも月間アクティブユーザー数 (MAU) が2,800万人 (2017年9月) と多くのユーザーに利用されています。利用するユーザーは、性別、年齢、住所、学歴など詳細な個人情報を登録しているため、それらに基づきターゲティングした効果的な広告訴求が行えます。Facebook広告は数千円からでも始められるため、店舗や企業を立ち上げたばかりの時期に適している手法の1つです。

▶ Twitter

140字以内の短文投稿サイト。気に入った投稿をワンタッチで転載できるリツイート機能などによりFacebookよりも投稿が拡散しやすいSNSです。イベントやキャンペーン情報などについて、その告知を拡散させることに優れています。ファン (フォロワー) を得るのに時間がかかりますが、地道にフォロワーを獲得していくことで、アカウントの情報発信力を高めることができます。Facebook同様に広告出稿も可能で、任意のユーザー層のタイム

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

ラインに対して広告訴求を行うことで、フォロワーの増加やサイト誘導につなげることができます。

▶ Instagram

女性を中心として利用者が急増中のSNSです。おしゃれな写真や動画コンテンツをアップすることで、ファン（フォロワー）の増加につながります。視覚的に訴えることが重要なので、アパレル、小売店、飲料、食品、消費財メーカーなどの企業が向いています。

集客方法 3

Youtube

動画メディアの代表例です。商品紹介や社員紹介などの動画を通して、ユーザーに企業や商品・サービスについて理解を深めてもらうことができます。また、Youtubeにもバナーや動画広告のプランが用意されていますが、最近では自社商品とシナジーのあるYoutuberと組んで商品の紹介をしてもらうようなマーケティング施策も増えてきています。

伝えたいことを短時間で直感的に理解してもらえることが最大の特徴です。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

集客方法 4

アフィリエイト広告

アフィリエイト広告とは成果報酬型広告のことです。資料請求や問い合わせ、商品の購入などの成果条件を満たした場合に広告費が発生します。

広告費発生条件を“購入”とした場合、売上と広告費が連動するため、費用対効果が高い手法となりますが、競合企業よりも成果発生時の金額が著しく低かったり成果条件が厳しかったりすると、アフィリエイトターから受け入れられず、そもそも商品の紹介をしてもらえない可能性もあります。掲載自体には費用がかからないため、多種多様なサイトに無料で掲載でき、認知度アップを図ることができます。

集客方法 5

記事広告

ターゲットの集まるポータルサイトやWebメディアに記事を書いてもらう広告です。ポータルサイトやWebメディアのブランド力や信用力を利用することができ、企業や商品・サービスについて信頼を得やすくなって、認知度向上にもつながることが特徴です。デメリットとしては、広告費が高くなる傾向にあることが挙げられ、成果の有無に関わらず数十万円から数百万円が必要となります。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

集客方法 6

メルマガ

メルマガは、メールアドレスさえわかれば容易にユーザーにアプローチできるため、見込み客の育成にあたって有効な手段の1つです。例えば週1~2回、継続的に新しい情報をメルマガで発信することで、ユーザーと企業との関係が構築できます。また、ターゲットが集まっている他社のメルマガに広告出稿することも有効です。メルマガを読んですぐにアクションを取れる「商品購入」や「セミナー集客」などに向いている手法です。

集客方法 7

プレスリリース

自社の新商品・サービスに関するお知らせや独自で行った調査結果などを新聞やWebメディアの担当者に配信する手法です。配信したプレスリリースに基づき、記事として取り上げられる可能性もあります。その場合、有力なWebメディアに広告費を支払うことなく情報が掲載されるため、上手く活用することで高い費用対効果を得られる手法と言えます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

4 | リスティング広告をやめる時に必要なポイント

2章で紹介したケースに当てはまっていて、リスティング広告から他の集客方法に乗り換えようと思った時に、どのような手順で進めるべきでしょうか？

以下でその手順を解説します。



STEP 1

リスティング広告と自社メディアの運用を並行させる

「リスティング広告」をやめると言っても、いきなり中止してしまっただけではサイトのPV低下を招いてしまいます。まずは、リスティング広告を運用しつつ、それ以外の集客方法に着手しましょう。まずは無料または低コストから始めることができる「SEO」と「SNS」がオススメです。



STEP 2

SEOとSNSを使って自社のファンを作る

SEOとSNSを活用して、ユーザーを自社サイトに誘導します。サイトに誘導したユーザーが自社のファンになってもらえるように、コンテンツを作り込むことに加えて、メルマガ登録やSNSのフォローを促す仕組みを作っておくことが重要です。メルマガに登録してくれたユーザーやSNSのフォロワーは自社に関心のある見込み客ですので、新商品などの情報を提供することで、何らかのアクション（購入や問い合わせなど）が期待できます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



STEP 3

数ヶ月スパンでリスティング広告の依存度を下げていく

SEO対策を通して、自社サイトの上位表示を試みます。ユーザーにとって役に立つ・面白いコンテンツであれば、1週間に1記事ずつの投稿であっても、コンスタントに投稿することで徐々に検索順位を上げることは可能です。なんとなく作成するのではなく、上昇しやすいキーワードやコンバージョン率の高いキーワードを見極めて記事作成することで、効果を高めることができます。

自然検索によるアクセスやコンバージョンが増加してきたら、徐々にリスティング広告への出稿量を減らしてみましょう。リスティング広告で獲得できる件数以上の数を、広告以下の単価で獲得できるようになったら、出稿をやめてしまっても良いでしょう。

この段階になれば、STEP2の施策によるファンも増加してきているので、わざわざ広告費をかけなくとも、自然検索・SNSによる流入や自社のメルマガ配信などを通して、多くのコンバージョンを見込めるようになっていきます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

5 | サイト集客を成功させるための基本

本章では、サイト集客を成功させる基本的なポイントを解説します。



POINT 1

ターゲットを明確にする

サイト集客に限らず「ターゲットを明確にする」ことは、効率的なマーケティングを進める上で最も重要なステップです。どんなターゲットを集客したいのかによって、サイトのデザイン、トーン&マナーも変わってきますし、集客方法の採用や進め方にも関係してきます。

例 ターゲットによるサイトデザインの違いについて

○原宿に通う若年層の女性

→原色系でポップなフォントを利用することで好感を持たれる可能性が高い

○新橋に通勤する40代男性

→彩度を下げた落ち着いたトーン&マナーで、視認性の高いメイリオのようなフォントを利用した方が好感を持たれる可能性が高い

自社のメインターゲットについて性別や年代、趣味・嗜好、ライフスタイルなど、なるべく掘り下げて設定していくことが重要です。様々な項目を設定していくことで徐々にメインターゲットの悩みやその人が多く接触しているメディアなどが浮き彫りになってきます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



POINT 2

KPI・KGIを設定する

KGI（Key Goal Indicator）とは、最終目標が達成されているかを計測するための指標のことで、重要目標達成指標とも呼ばれます。KPI（Key Performance Indicator）は、目標達成に向けた具体的なプロセスの進捗状況を測るために設定する指標です。

例えばECサイトの数値目標を設定する場合、図3のように売上高をKGIとし、主なKPIには各集客方法におけるコンバージョン数やそれぞれのアクセス数、コンバージョン率などを設定するのが一般的です。また、SEOの進捗を管理するために検索結果上位10件に表示されているコンテンツ数をKPIに設定している企業も少なくありません。

KPI、KGIの設定とその評価・フィードバックにより、漫然とマーケティング施策を進めてしまうことがなくなり、目標達成の可能性が高まります。

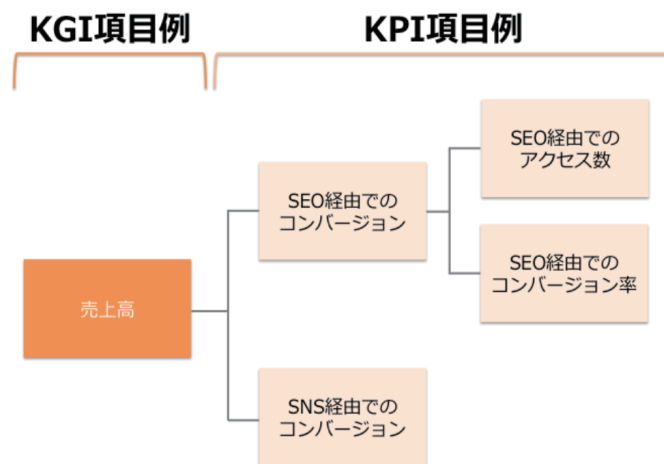


図3. KGI、KPIの設定例

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



POINT 3

施策に対しての検証・分析をする（PDCAサイクルを回す）

PDCA（Plan-Do-Check-Act）とは、業務やマーケティング施策を改善するための手法の一つです。Planで現状の数値や理想の数値から計画を作成し、Doで計画に基づき実行します。Checkで実行したものが計画通りに進んでいるかを評価し、Actで計画通りに進んでいない部分を調査し、次の目標を決定します。そして、Actで決めた目標を達成するためにPlanのフェーズで再度計画を立て、以降はこのPDCAサイクルを繰り返します。

常にPDCAサイクルを回すことで、サイト集客の効果を高めていくことが重要です。そのためにはアクセス解析ツールのようなトラッキングツールの導入も必要になるかもしれません。



POINT 4

ユーザーに受け入れられるコンテンツを作成する

SEOにより集客を行う場合は、ターゲットが検索しそうなキーワードを、キーワードプランナーをはじめとしたツールを用いて選出し、選んだキーワードを軸にコンテンツ（記事）を作成します。また、先述したようにターゲットに受け入れられるようなトーン&マナー、フォントのサイトを作成するようにも心がけましょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

自社のSNSを活用する場合も同様に、ターゲットが検索しそうな悩み・話題を含めて投稿しましょう。また、自社商品で解決できる悩みを抱えているユーザーを見つけて、こちらから話しかけに行くという方法もあります。運用の負担が大きくなりますが、話しかけられたことで、店舗や企業に好感を持ってもらえる可能性もありますので、チャレンジしてみるのも良いでしょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

——— などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。 ———

6 | サイト集客の決定版 ferret One

サイト集客を実行するにはここまで挙げたように様々なプロセスがあり、
今までは多くのツールを使う必要がありました。

サイト集客時に活用されるツール例

- ・ キーワード選定時に利用する「キーワードプランナー」
- ・ 目標管理やアクセス解析に利用する「Google Analytics」
- ・ コンテンツ作成に欠かせないWordPressをはじめとした「CMS」
- ・ 検索順位の推移を確認するための検索順位チェックツール

etc...

しかし、弊社が提供する「ferret One」ならすべてのプロセスに必要な機能がオール

- ・ イン・ワン。これ1つで今日から誰でも簡単にサイト集客をはじめることができます。

ここでは、効果的なサイト集客を簡単に行える「ferret One」の概要を紹介しましょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



ferret Oneってどんなサービス？

簡単4ステップでホームページが完成するまで



Step 1

施策の計画



ペルソナ、ターゲットの設定が簡単にできる

「ferret One」にはペルソナ・ターゲットの設定に役立つ機能が充実しています。ターゲットを設定する場合、どのような項目を埋めれば良いのかわからないという人も多いかと思いますが、あらかじめ用意された項目を埋めることで「どんなお客様に向けて商品やサービスを伝えたいか」を整理することができます。

ターゲット・ペルソナを設定する

基本項目を設定する もっと詳しく設定する

STEP 1

ペルソナの名前を教えてください

STEP 2 男性 女性 40代

この方の「年代」と「性別」を教えてください

STEP 3 未婚 既婚 何人家族ですか? 3人

この方の家族構成を教えてください

STEP 4 大学卒 職業 経営者

この方の職業や学歴を教えてください

役職 例) 部長

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

🔍 キーワードの選定も一目瞭然

従来はキーワードプランナーをはじめとしたツールを用いて行っていたキーワード選定も、「ferret One」内で簡単に実施可能です。「ferret One」内で表示されている質問に答えていくだけで、キーワード候補を選定することができ、おおよその検索ボリュームも見ることができます。

ベルソナが検索しそうなキーワードを考えてみましょう

元素・複合ワードの決定

STEP 1
ベルソナがGoogleで検索するときに、最も検索しそうなキーワードを思い浮かべてください

30代 アクセサリー

STEP 2
STEP1で選んだキーワードとセットで検索されるキーワードを思い浮かべてください

キーワード：30代 アクセサリー

複合ワード

スマホケース 可愛い	調査中	🔍	+	✖
例) スマホケース 手帳型	とりあえず	🔍	+	✖
例) スマホケース 手帳型	とりあえず	🔍	+	✖
例) スマホケース 手帳型	とりあえず	🔍	+	✖

🪜 Step 2 サイト作成

🔍 質問に答えるだけでサイトが出来上がる

「ferret One」に表示される質問に答えるだけで、簡単にサイトを作成することができます。自動でスマートフォンにも最適化されるため、HTMLやCSSなどの専門知識は一切不要です。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

フォントに関してもモリサワフォントをはじめとした18種類のWebフォントを無料で使えるため、サイトの雰囲気にあったフォントを設定することができます。



Step 3 集客の最適化

SEO順位チェック機能搭載

SEOでサイト集客を行う場合、検索順位をKPIとして設定するケースもあります。

「ferret One」では検索エンジンのGoogleとBingにおいて、指定したキーワードの検索順位をデイリーでチェックしており、日別の推移をグラフ化して表示します。他のツールを活用することなく「ferret One」内でチェック可能です。

キーワード	順位推移サマリ	Google
コンテンツマーケティング		圏外
SEO		1
カスタマージャーニー		4

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

キャンペーン管理で目標をしっかり管理

LPごとに目標や期間を設定し、チャンネルごとの集客状況やコンバージョン数の進捗を管理することもできます。KPIの目標達成率を常に把握することができるため、目標の修正や、目標を達成するために別の施策を実施する判断をリアルタイムで行うことができます。



Step 4 測定と改善

「ferret One」では、本当に必要な約15種類のアクセス解析レポートに絞って表示させています。日常的にチェックすべき項目として必要十分な構成となっていますので、わざわざGoogle Analyticsのようなアクセス解析ツールを確認しなくても「ferret One」内でチェックすることができます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



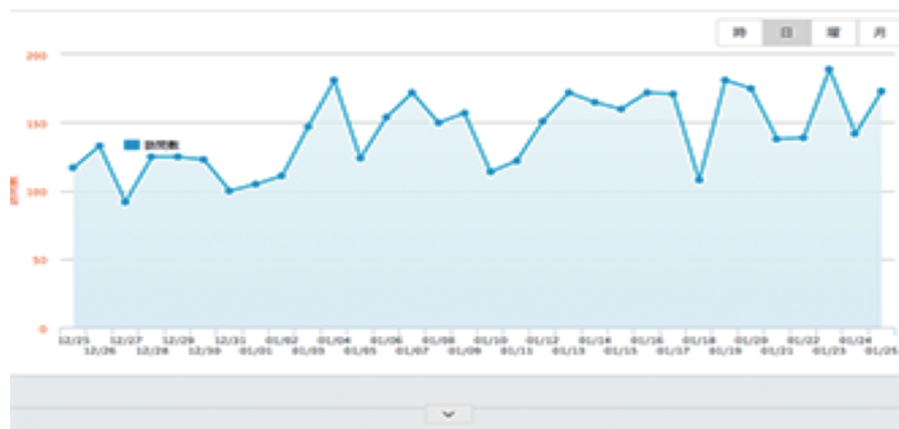
もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



ferret One サービス画面 - アクセス解析

🔍 有力な集客施策がわかる

「ferret One」は、コンバージョンに至るまでのユーザーの行動をトラッキングしています。どの施策経由の集客がコンバージョンに繋がりがやすいのかを、手間なく把握することが可能です。

アクセス日時	イベント	URL
	メール	(direct)
2017年08月28日 10:23	ランディング	[無料] ネット集客 オン https://ferret-one.com/landing &utm_medium=em
2017年08月28日 10:51	コンバージョン	ferret One https://ferret-one.com/_/sites/c1 お問い合わせページ
2017年08月28日 10:51		世界一Webマーケティング https://ferret-one.com/

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



「ferret One」活用事例

「ferret One」を活用し、大きな成果を上げている事例を紹介しましょう。

【活用事例1】

オリジナルグッズ制作会社

| お問い合わせ数が6ヶ月で10倍に！営業代行要らずに!?

同社はサイトを何年も更新しておらず、スマホ対応も遅れていました。

サイトリニューアルを検討中に「ferret One」に出会い、誰でも簡単にサイト集客を実現できるツールということで、導入を決定。「ferret One」を用いてサイトをリニューアルしたところ、スマートフォン経由のアクセスが増加し、従来の倍近くになりました。

サイト集客については未経験でしたが、同社のスタッフ2人が仕事の合間にブログを週に1本ずつ投稿。すると徐々に、検索エンジンからも評価され、検索順位が上昇していきました。最終的には月に6~7件だったお問い合わせが6ヶ月で月70件ほどに増加しました。新規顧客開拓のため外注していた営業代行が不要となり、月30万円の外注費削減にもつながりました。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

【活用事例2】

鍼灸院 | 来店予約数が3ヶ月で5倍に！広告コストを削減

集客をリスティング広告に頼っていましたが、広告費が高騰してきて、コストが利益を圧迫している状況が続いていました。仕方なく、広告を止めたところ、サイトからの来店予約がゼロに。

「ferret One」を導入し、業務の隙間時間にブログやサイトの更新を実施したところ、「六本木 鍼灸」「渋谷 鍼灸」などエリア名との組み合わせでSEO順位が順調に上昇し、検索結果1位を獲得。サイト経由の来店予約数も徐々に戻り、施策実施から約3ヶ月で5倍ほどに伸びました。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただ
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



ferret One マーケター
佐藤 亮太

サイト集客のため現在広く利用されているリスティング広告は、選定したキーワードに人気が出れば出るほど、CPAが高騰するという問題点があります。これを解決し費用対効果を高めるためには、日々、クリック率やコンバージョン率などをチェックし、PDCAを回していく必要があります。関連する作業を外注に丸投げしているケースも多いと思いますが、いつまでも外注に依存した運用を行ってはい、成果の出る集客は実行できません。

こうした課題を解決するためには、必要な作業を容易に、かつ時間をかけずに実行できるツールを選択することも良い方法です。

弊社では、SEOに強いサイトの構築から、集客・成約を増やすところまでを支援する「ferret One」を提供しています。

本書をご覧いただき、自社サイトの改善にご興味を持っていただいた方には、ただ今実施中の「無料診断」もオススメです。

無料診断へのお申込みは下記より承っておりますので、お気軽にお申込みください。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。