

経営サプリメント

WEBマーケティングを強化しよう(第2回)

※WEBマーケティングについて、(株)ウィービス藤川代表に2回シリーズで解説いただきます。

認知されていないければ、存在していないのと同じです

WEBマーケティングの第一歩で大事なことの一つは、「認知」です。WEBマーケティングというより、マーケティング全般において、第一段階として「対象となる顧客から認知してもらうこと」であると言えます。ウェブサイトであれば、「SEO対策は大切である」と誰もが思うことでしょう。しかし、いくらSEO対策をしても、ユーザーが検索してくれないと、ヒットしません。そのためには、そこに辿り着かせるための導線が必要です。そういう意味では、リスティング広告もSEO対策と同じであると言えます。リスティング広告は、検索するユーザーによる検索キーワードに応じて、各広告主が設定した広告が表示されるので「検索連動型広告」と呼ばれています。繰り返しになりますが、ユーザーが検索キーワードを打つ前提として、そのキーワードを求めている、または認知していないと、検索されることはありません。どんなに素敵なデザイン、カッコいいデザインのウェブサイトやランディングページを作っても、見てもらわなければ意味がないということになります。

WEB広告の第一歩として、Facebook広告をオススメします

一言にWEBマーケティング、WEBプロモーションと言っても、現状でも範囲が広く様々な手法があり、日々進化を続けています。集客のみに観点を絞った場合、私がオススメするWEB広告は、Facebookのインフィード広告です。インフィード広告は、自分のタイムラインに表示される友達などの投稿と投稿の間

に表示される広告です。Facebook 広告最大の強みは、ユーザーを細かくターゲティングできること。年齢や地域はもちろん、「興味・関心」や「ユーザー層」、「行動」など様々なセグメント設定ができます。また、1日あたり500円から広告出稿できるので、WEB広告をやったことがないけどやってみようという企業や個人にオススメです。ある程度のパソコン操作の知識(パワーポイントで資料を作成できるぐらい)とWEBに対する理解があれば、専門業者に依頼せずにFacebookへ広告出稿できるでしょう。

1クリックあたりのコスト比較では、Facebook広告が圧倒的に安い

Google AdWords広告のキーワードプランナーで「英会話教室」の1クリックあたりの広告費を調べたところ、678円でした。一方、Facebook 広告の1クリックあたりの広告単価は数円から数十円です。コスト比較では、Facebook 広告がGoogle AdWordsに比べ圧倒的に割安です。

某イベントの集客では、1万円のFacebook広告で約50名を集客

私が過去に実施したFacebook 広告において、集客効果を最も感じたのは、イベントへの集客のために行った広告です。イベント告知において、Facebook 広告はとても相性が良いと感じています。イベントやセミナーなど特定のターゲットへの集客はもちろん、不特定多数への集客であっても、Facebook 広告は

最も低コストで集客ができる媒体です。

なるべくコストをかけずにイベントやセミナーに集客するためには？

具体的な手順としては以下のとおりです。

- ① ランディングページを作る。
- ② 人数制限や事前申し込みの必要があるイベントの場合は申し込みフォームを作る
- ③ Facebook 広告を作り、ランディングページをリンクさせる。

ランディングページとは、従来の印刷物で例えればチラシです。Facebook 広告は基本的にテキストと写真(※動画も可能)がベースです。もちろん、テキストのみで全てを表現することは可能です。しかし、イベント内容の全てをFacebook 広告内のテキストに頼ってしまうと非常に見づらいので、ユーザーの離脱率が高くなります。そのために、Facebook 広告では要約した内容をテキストと写真で構成します。そして、具体的な内容は、リンク先のランディングページで見やすく、分かりやすく構成するのがベストです。自社サイトが無い場合は、ランディングページを無料で作れるサイト(ペライチ、wixなど)を利用することをオススメします。申し込みが必要なイベントやセミナーに関しては、申し込みフォームとしてGoogle フォームを活用すれば、無料で簡単に申し込みフォームを開設できます。

ABテストを実施する

Facebook 広告の利点は、広告費が安いこと。その利点を活かすなら、ABテストを実施すべきです。ABテストとは2パターンの広告を掲載し、ユーザーの反応に基づいて、効果測定をすることです。例えば、10万円の広告予算(※Facebook 広告デザインとランディングページは自分で作ることを前提として)があったとしたら、最初にFacebook 広告で1万円ずつ2種類の広告を制作します。どちらのクリックが多

かったかを検証し、結果の良かった広告に残りの8万円を投下するということが可能です。なお、ABテストをする場合は、全く違う広告を2パターン作るのではなく、キャッチコピーだけを変えてみる、写真やイラストのみを変えてみるなど、一部だけを変えるようにしましょう。なぜなら、広告デザインを大幅に変えてしまえば、何に反応してクリック率が良かったのかが判りづらくなるからです。何が良かったのか、良くなかったのかをユーザーの反応で検証し、次回への改善策として積み上げていくことが大切です。

このような一連の作業は、プロに任せれば完成度が高いことはもちろんですが、自分で一度取り組んでみて理解してからプロに相談する方が、より集客や販売に繋がります。まずは、WEB広告の第一歩として、Facebook 広告から始めてみてはいかがでしょうか。



株式会社ウィービス 代表取締役
藤川 崇
Takashi Fujikawa

【略歴】

約20年間、広告代理店で、各種広告・様々なイベント企画運営などを担当。近年、日々の業務、また日常生活においてWEBから情報を得る割合が増えていることを実感。2017年5月にWEBマーケティングを専門とする株式会社ウィービスを立ち上げる。「ウェブサイトを作った後の戦略」に重きを置き、秋田県内企業のWEBマーケティング強化に日々取り組んでいる。