

経営サプリメント

WEBマーケティングを強化しよう(第1回)

※WEBマーケティングについて、(株)ウィービス藤川代表に3回シリーズで解説いただきます。

WEBマーケティングとは？

WEBマーケティングとは、一言で言うならWEBを中心に行われるマーケティング活動です。ドラッカーは、「マーケティングの理想は販売を不要にすることである」と述べています。つまり、極めて自然な状態で購買対象者が購入する流れを作ることがマーケティングの理想形だと言えます。

WEBマーケティングの施策の一つであるインターネットによるデジタル広告。電通報によると2016年、日本のデジタル広告費がついに1兆円を突破しました。また、世界におけるデジタル広告費の構成比は、2018年に37.6%となり、ネット広告誕生以来初めてテレビ(35.9%)を抜いて最大の広告メディアになると予測されています。このようなデータから見ても世界のデジタルシフトは加速化していると言えます。

当社独自の考え方ですが、WEBマーケティングで、あえて攻めと守りを分けるならば、ネット広告(Google AdWords、Facebook 広告など)は攻めだと捉えています。では、守りとは何か？それは、まず自社のホームページがGoogleに気に入られるように

作られているか？つまり、ユーザーにとって有益な情報として分かりやすく掲載されているのか？WEBマーケティングでは、積極的に攻める前に守りを固めることが第一に必要です。

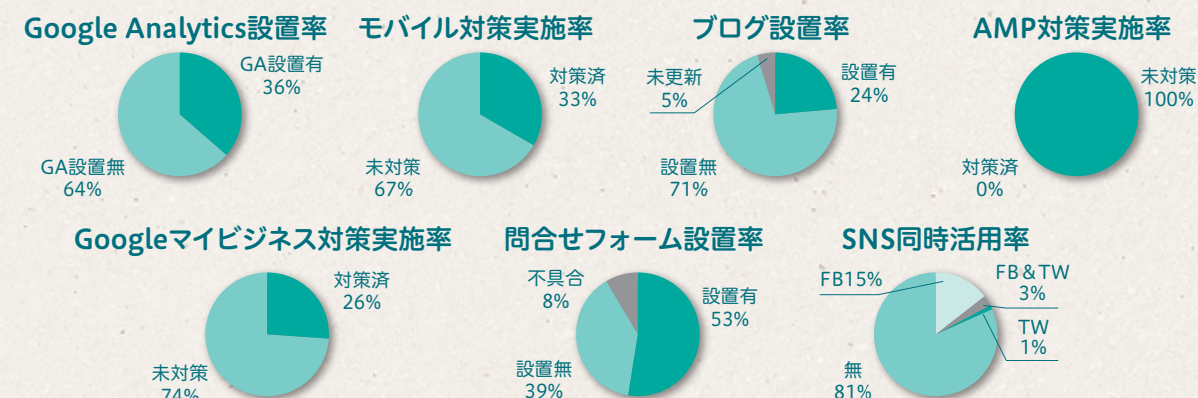
秋田県内企業239社のウェブサイトを調査

では、秋田県のWEBマーケティング事情はどうでしょう？当社では独自調べとして、今年の1月に秋田県内企業239社のコーポレートサイトを7つのチェックポイントで調査してみました。

まずは、WEBマーケティングを行う上では欠かせない基本のGoogle Analytics(以下GA)の設置についてです。GAは、WEBサイトの訪問者数や、どこからやってきたのか、などサイトへのアクセスについて様々な数値分析が可能です。秋田県内でGAを設置している企業は全体の36%でした。つまり、64%の県内企業は、自社のWEBサイトの訪問者について、何の分析もしていないということになります。WEBマーケティングの基本はPDCAサイクルを回すことです。そのためには、GAの数値分析が必須です。

次に、モバイルフレンドリー対策ですが、対策済み

《秋田県内企業のWEBサイトの独自調査結果》



の企業サイトは全体の33%でした。モバイルフレンドリー対策とは、WEBサイトやページがスマートフォンなどのモバイル端末での表示に最適化されているかどうかを指します。モバイルフレンドリーなWEBサイトは、拡大しなくても読みやすいテキストサイズ、リンクやボタンがタップしやすいなどが挙げられます。Googleはスマホ対策をしているWEBサイトの検索順位を優遇しています。

秋田県内企業ホームページでのブログ設置率は24%でした。SEO対策にもブログは有効ですので、訪問ユーザーに対して有益な情報を記事として書けば順位が上がります。私はブログを書いています。ブログ経由で仕事を依頼いただくこともあります。ブログでの情報発信は無料なので、お金をかけずに発信したいのであれば、非常に有効的なWEBマーケティングの手段になります。

次に、AMP対策実施率です。残念ながら、当社が調べ上げた企業においてはゼロでした。AMPとは、モバイル端末でWEBページを高速表示するためのフレームワークです。Googleがスマホを重視していくことが明らかになっているので、モバイル端末で高速表示させることは重要です。

Google マイビジネスはご存知でしょうか？Google マイビジネスはインターネット上で会社の看板の役割を担っているツールです。しっかり使えば、検索上位を狙うことも出来る無償のツールです。ご自分の会社やお店をGoogleで検索してみてください。右側にお店の写真や情報が出てきませんか？自分で登録していないとすれば、Googleが勝手に登録したものです。この写真や情報を自分で登録できます。情報量や素敵な写真をアップすることで初めて見た人の信頼価値は上がります。ですから、Google マイビジネスをしっかりと編集することは大切です。秋田県内企業では74%の企業が未対策でした。せっかくリアルな看板は立派なのにネット上の看板がイマイチというのは、勿体無いです。

自社のWEBサイトを公開する最も多い理由としては「WEBから仕事依頼が欲しい」ということではないでしょうか。人手不足の昨今では、リクルートを第一の目的としてWEBサイトを設計している企業もある

でしょう。今回当社が調べた時点では、肝心の問い合わせフォームが無い、もしくは不具合で使えない企業が全体の47%を占めていました。問い合わせフォームが無い時点で、せっかくのチャンスを逃しているということもあるでしょう。

7つ目のチェックポイントとして、ホームページでのSNS活用率、つまりSNSとの連携です。調査結果は、81%の企業が未活用、連携されていませんでした。今後は、SNSをいかに宣伝や集客のために使えるかがWEBマーケティングの最大のポイントになってくるでしょう。個人使用では使えても、企業としてSNSをどのように活用すべきなのか分からないというのが現状のようです。

今回は、独自に秋田県内239社のホームページの現状を7つのチェックポイントで調査しましたが、当社では、更に深掘りできる「WEBサイト健康診断」を承っておりますので、ご興味のある方は、お問い合わせください。



株式会社ウィービス 代表取締役
兼 ブロガー
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、秋田県内企業のWEBマーケティング(WEBサイトSEO対策、WEB広告、WEBマーケティングPDCA代行)をコンサルティングしている。「WEB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。