

**01** ネット時代の成功例に学べ!

**老舗石鹸メーカーの若い女性向けネット戦略**

▶ 創業90年を超える老舗石鹸メーカーは、消費者にとって体を洗う石鹸の印象が強い。昔ながらのパッケージデザインに古いイメージを持つ人もいる。だが、高品質のロングセラー商品で、調査によると洗顔に使っている女性ユーザーも多い。そこで同社は若い女性に向けてアピールを始めた。

まず、特設サイトに調査結果を掲載した。同社製品の20代女性ユーザーの38%が洗顔に使っている。使用期間は1年以上が32.2%、5年以上は41.7%と長年愛用されている。乾燥肌、敏感肌で使っている女性も多い。そして、「クレンジングがしっかり落とせる」「つっぱり感がない」という女性の生の声も紹介。サイトを見て、固形石鹸で洗顔した時の印象と逆の感想に驚く人も多いようだ。

さらに利用を促すため、Instagramでプレゼントキャンペーンも実施。石鹸のパッケージの写真にハッシュタグを付けて投稿すると、ビューティクリームや泡立てネットなど、月替わりの景品が30名に当たる。フォロワーは9万人を超えた。昔ながらの箱のデザインもレトロっぽいと評判が良く、続々と投稿が寄せられている。

**02** 繁栄企業の成功要因を探る

**新型コロナ感染予防に役立つマーケティング**

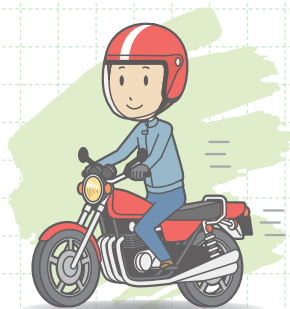
▶ 新型コロナの感染予防策として手洗いは有効だが、見落としがちなのはスマートフォン。画面についた雑菌が、手洗い後でも画面に触れると指先に付着する恐れがある。

その点にフィンランドのヘルスケアブランドが着目し、ヘルシンキのショッピングモールにスマホの除菌を呼びかける看板を設置した。さらにその看板の中央にある引き出しを開けてスマホを入れると、高い除菌効果を持つ紫外線ライトが15秒で除菌する機能も備えた。

注意喚起だけでなく、解決までしてくれるこの看板は多くの人から好評を集めている。

▶ 新型コロナの感染予防には、マスクの着用、密を避けてソーシャルディスタンスを保つことも重要だ。世界的オートバイメーカーがタイでそのために役立つことを提案するキャンペーンを行った。それは、バイクのライダーになること。

ライダーはフルフェイスのヘルメットで顔を覆うからマスクをしているのと同様だ。走行中は6フィート(約1.8メートル)以上車間距離をとるからソーシャルディスタンスを確保できる。意外な提案だが、理にかなっていると納得した人も少なくなかったようだ。



**Check!** 要チェック! 進化するプロモーション手法に必要な基礎知識

**用語から知るWEBマーケティング《前編》**

WEBマーケティングには様々な用語があり、難解なものもある。そこで、用語の説明を中心に、その手法を簡単に紹介しよう。

**WEBマーケティングの目的**

WEBマーケティングとはWEBサイトを中心に行うマーケティングである。メール、SNS、スマートフォンアプリなど様々なチャネルから得られる消費者のデジタルデータを活用するデジタルマーケティングより狭い範囲で展開される。

WEBマーケティングの目的は大きく「集客」と「コンバージョン獲得」に分けられ、その目的によって施策が異なる。

**集客のための施策**

集客とはWEBサイトに人を集めること。主にSEO対策とインターネット広告で多くのユーザーをWEBサイトへ導く。

SEOはSearch Engine Optimization(検索エンジン最適化)のことで、GoogleやYahoo!などの検索エンジンで検索結果の上位に表示されたWEBサイトは見られる可能性が高いことから、そのためにサイトの構成やコンテンツを工夫する取り組みである。

インターネット広告は主に以下のものがあり、ターゲットによって使い分けられる。

**リスティング広告**

検索エンジンのサーチ結果に、ユーザーが検索したキーワードと連動して表示される広告。

**バナー広告**

ページ内で画像や動画によって表現される広告。広告料は、表示ごとに課金されるものと、クリックされることに課金されるものがある。

**動画広告**

動画を用いて表現する広告。バナー広告より認知効果が高い。

インターネット広告によって集客を高めるためには、インプレッション(広告の表示)を増やすことが必要となる。また、クリック率(インプレッションのうち広告がクリックされた割合)を高めることも重要である。

これら施策による集客効果は以下の方法で計測できる。

**ユニークユーザー数**

特定のWEBサイトを閲覧したユーザー数。同じ人が何度見ても1人としてカウントされるが、同じ人でも別のデバイスやブラウザからアクセスした場合は別人と認識される。

**訪問数**

特定のWEBサイトが訪問された回数。ユーザーが1回訪問して、サイト内のページをどれだけ閲覧しても訪問数は1になる。

**ページビュー数(PV数)**

特定のWEBページが閲覧された回数。訪問は1回でも、サイト内の複数ページを閲覧するとその閲覧されたページ数がPV数となる。

WEBへの集客の次は、目的を達成させることが重要になる。

**次号へ続く**

参考文献:村山亮太著『デジタルマーケティングの単語帳 デジ単』(翔泳社)