

CSS niTE

in SAPPORO

VOL.5

インバウンドを受け止める！

ちょっと先にある Webストーリーの作り方

CSS Nite in SAPPORO, Vol.5

レコロン



Marketing Evangelist

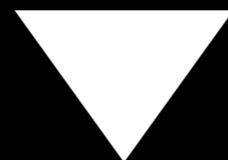
ストーリー書く
仕事。

特技：背中を押す



マーケティングで飯を食う アイツの Webの使い方

Webを
マーケティングすると





すごい アクセス数

惚れる サイト



配布できない
写真でした

売上

age

A vintage television set is shown on a wooden stand against a light-colored wall. A dark blue horizontal band is overlaid across the center of the image, containing white Japanese text. The text reads 'TV・雑誌' on the top line and '出まくり' on the bottom line.

TV・雑誌
出まくり

**週に4回
蕎麦を食う**



そんな方法を知りたい？

No!!!
No!!!
No!!!





YES!

Webをよりよくしたい

見つけてもらおうんだ！

ソーシャルメディアと絡めて
たくさん記事に載せてもらおう

ネットメディアにのる

話題になるんだ！

目立つんだ (SEO)

：

インバウンド

Get found.

観光・旅行事業や世界からヒトを集める事業などでもインバウンド（来てもらふ）というキーワードがあります。

インバウンド

とは？

Answer.

見つけてもらう。ひきつける。そのためのコンテンツ。信頼を作ること。それを知ってもらうこと。

Answer.

インバウンド

見つけてもらおう。ひきつけ

る。そのためのコンテンツ

(情報) 。信頼を作ること。

それを知ってもらおうこと。

マーケティング

オウンドメディア

そもそもマーケティング

Product
(製品)

Price
(製品価格)

4P理論

Promotion
(促進)

Place
(陳列場所)

Commodity

(商品)

Consumer

Cost
(コスト)

4C理論

Channel

(流通経路)

Convenience (利便性)

Communication
(コミュニケーション)




検索エンジンや本が
教えてくれるよ！

パーション

С (•▽•) ≡ ☆ ('Д')

よこ。





マーケティングの ストーリーをつくるう

潔癖にやるものではなく、全体を捉えるためにストーリーを書きましょう。

調査

心理

流通

能力

マーケティングって

顧客が求めるものを顧客に届けることをビジネス商売

とすれば、隙間を価値で穴埋めすること

価格

広告

会話

販路

Web

Webは、社会のほんの一部だって話さ

製品

リアル

広告

ブランド

Web

いかしたデザインのページ
うまい広告の購入方法
ソーシャルメディアと絡む
たくさん記事にしてもらおう
ネットメディアにのる
話題になるんだ！
目立つんだ (SEO)
：

かわいい庵がホームページに
載っております。

file:///C:/Program Files/IBM/HomePageBuilder/tmp/zenkoku.htm

早まるな

世界は**Web**だけでない。

魔法の言葉

マーケティング

経済学、流通、製品、テクノロジー、プロモーション、革命、最適化、数学、心理学などなど

私にとってマーケティングとは**価値**の話だ。

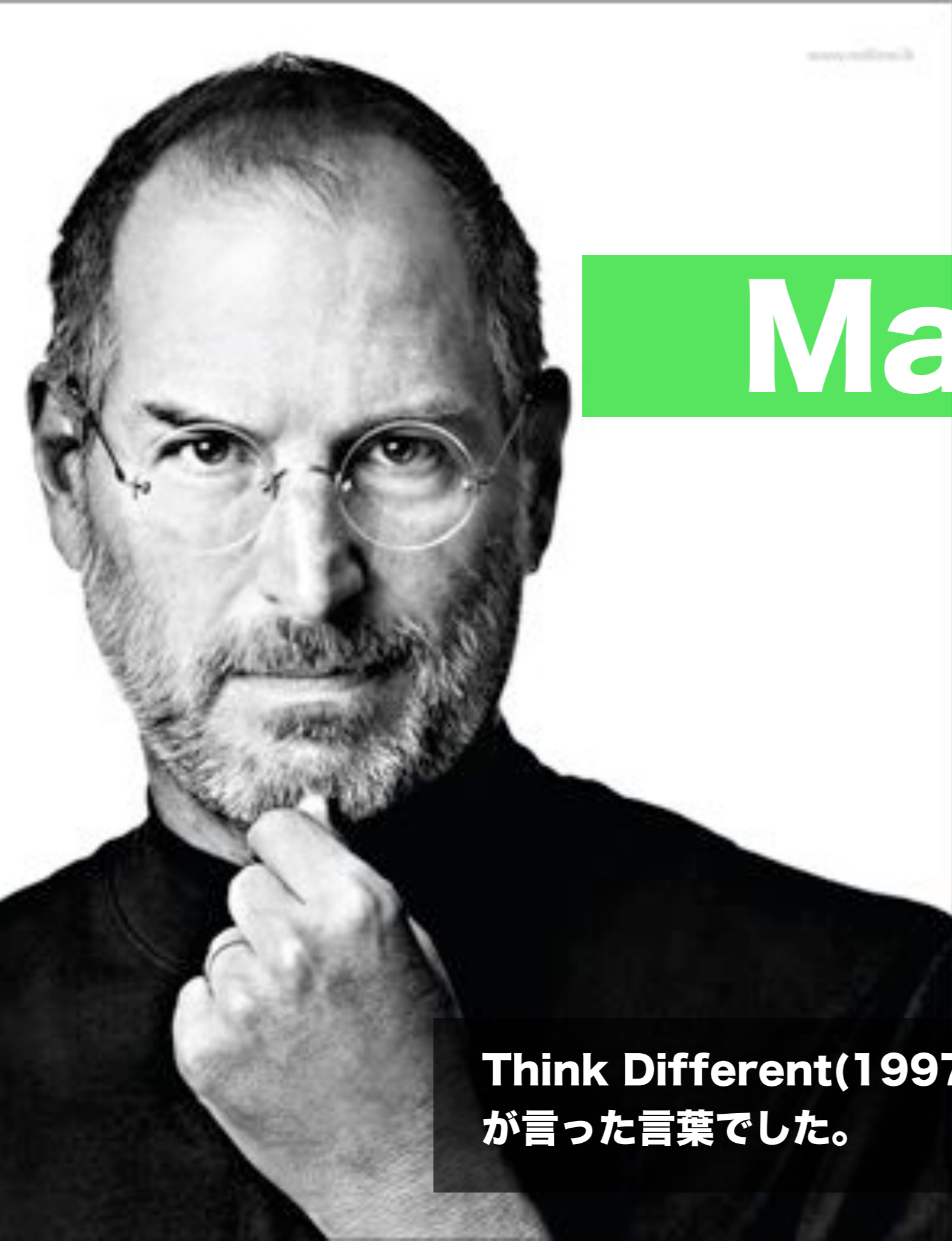
この**世界はととても複雑で雑音も多い。**

人々に我々のことを**ちゃんと覚えて貰う機会**

も簡単には得られない。どの会社もそうだ。

だから、我々の**何を知ってほしいか**明確にし

ておく必要がある。



Marketing

価値

**Think Different(1997)キャンペーンを開始した時、Jobs
が言った言葉でした。**

こんな僕でも

マーケティングができた

Technology

インターネット



Google

“世界中の情報を整理し、人々が自由にアクセスできて使えるようにする”



Facebook

家族や親戚、友達が何をしているかわかる
サービスが作りたかったただけなんだけど

人間関係の可視化



つねにハブを持てる時代

この時代のやり方。



技術や芸術だけでなく様々な要素に目を見開こう！

オウンドメディア

Owned Media

声を届けやすくなり

さらに声を聴きやすくなり

もっと良い関係が気づけるかもしれない。

自発信媒体のことだよ



CMS



広報強化

僕らが**オウンドメディア**（自社発信型）を
意識するようになったワケ



共感



ソーシャルメディア

客・グループ
消費者・生活者に

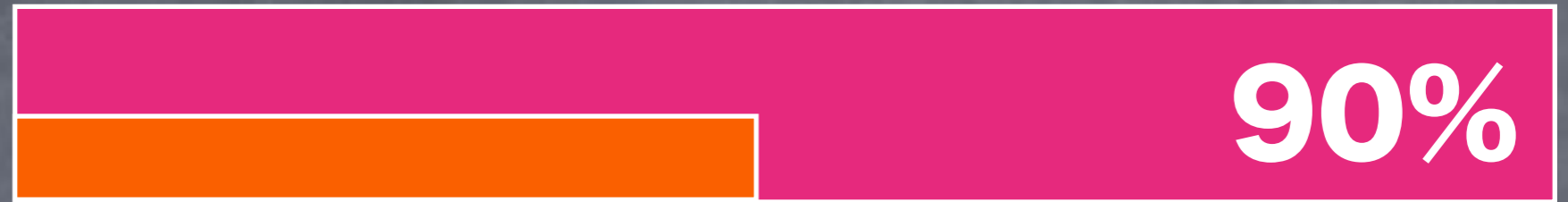
情報・コンテンツ
商品・サービスを

インバウンド
見つけてもらおう

Webがやるんです。

どの情報を信用していますか？

友人の勧め



レビュー



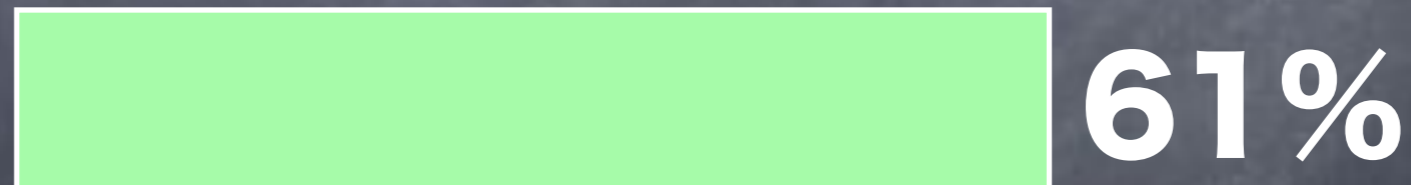
ブランドサイト



テレビ



新聞



雑誌



Nielsenの調査結果(2009)より抜粋

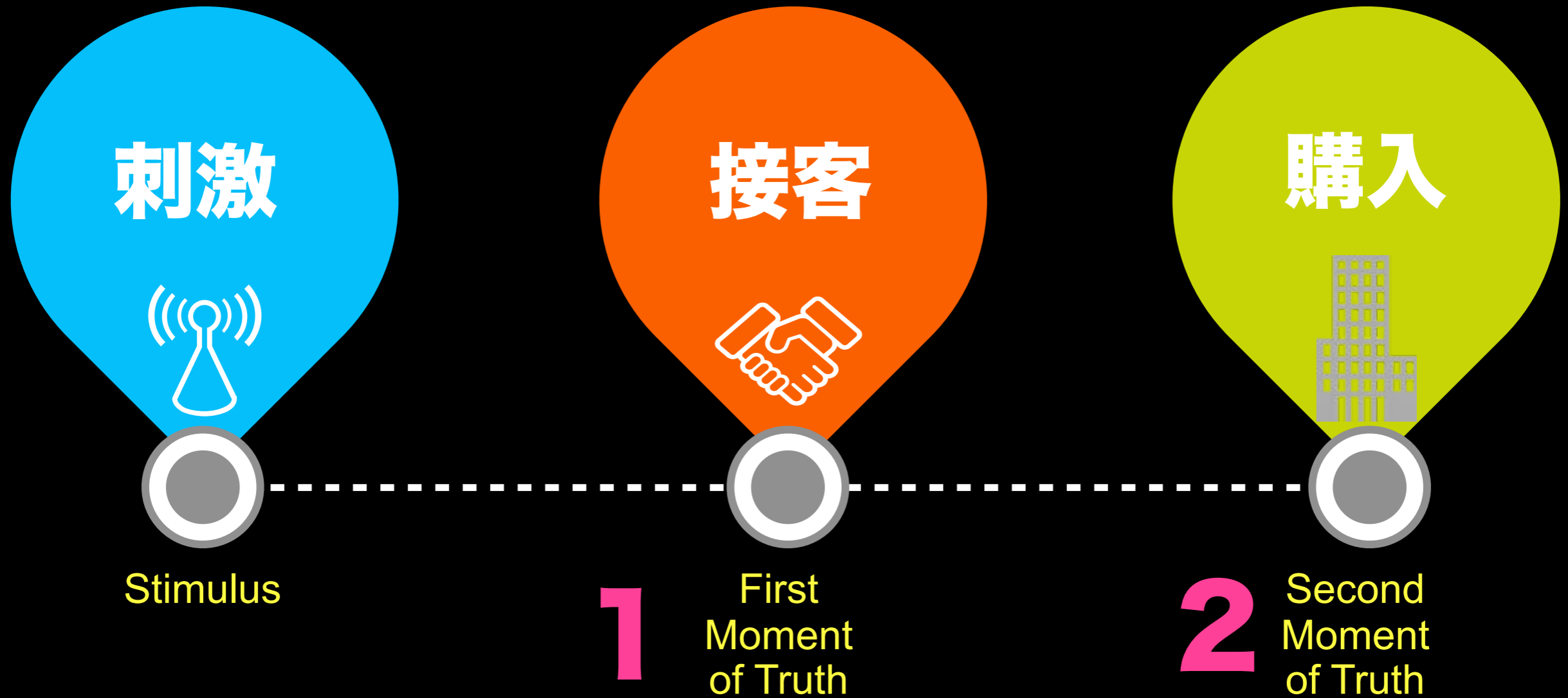
内側は国内総務省「消費者購買動向調査2010」参考

やっぱりネット。

やっぱり親友。

見つけて伝えて惹きつけてくれる優れもの

The Moment of Truth (真実の瞬間)

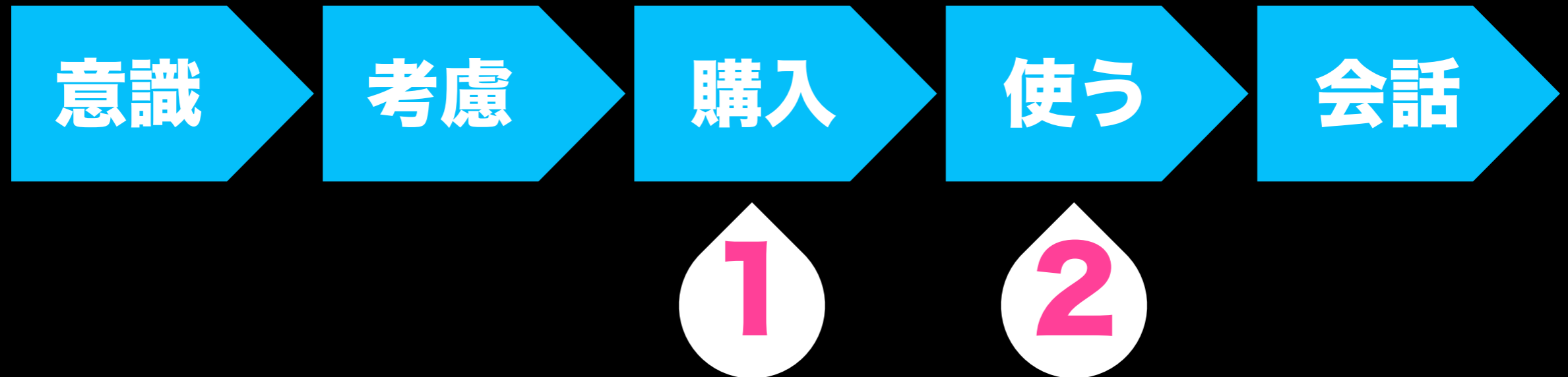


見つけて購入までの出会い

The Moment of Truth (真実の瞬間)

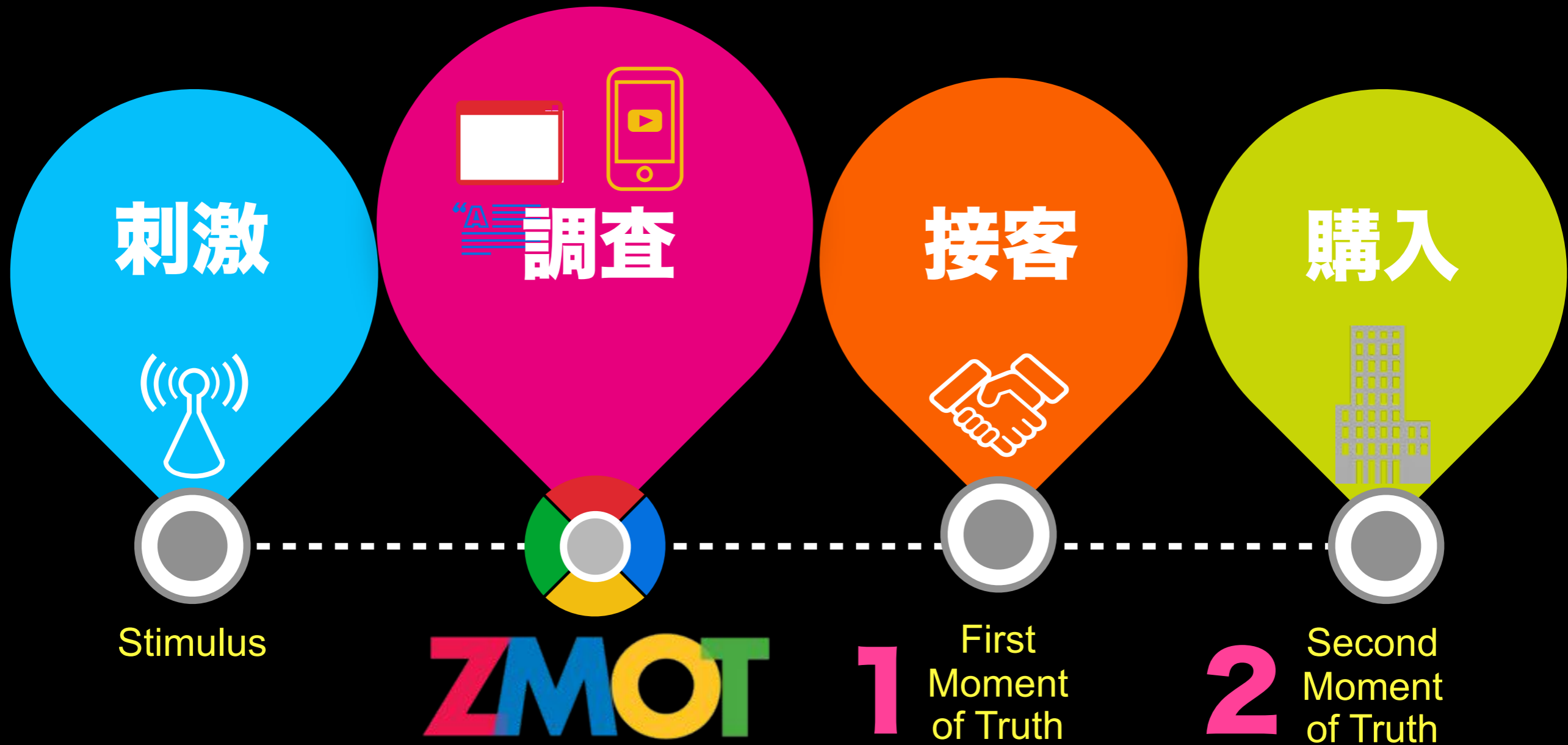
P&G

顧客満足度を高められる機会が2回ある



だから実店舗でのイベントが効いた。

Googleによって ゼロの発見



9割は購入前にネットで見ている！

1 たったの15秒の印象が
会社のイメージ
サービスの質
購買決定に繋がっている

スカンジナビア航空
ヤンカールソンCEO

3 もっと前に決めている時代

2 商品を実際に手に取るまで
わずか7秒。

P&Gのデータ



Webの役割。

Webへの思い。

思いを整理する。

思いを引き出すわけではない。

思いを通すわけでもない。

気づきを貰える参考例

参考：

プロダクトによっての違い

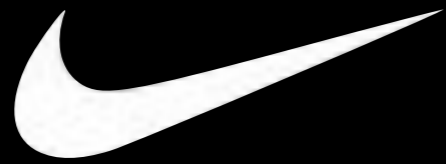
コーラを3日後に飲みたいとは思わない

伊右衛門

ブランドを薄めて販売



NIKEは靴を宣伝していない



www.nike.com

BMW ミニの広告

mini所持者が喜ぶサイトを仕掛けた。友達も所持者と生活が似ているから欲しくなるはずだ。

A photograph of a young man and woman sitting at a Starbucks counter, leaning in and kissing. The woman is on the left, wearing a white jacket and a dark scarf, holding a Starbucks coffee cup. The man is on the right, wearing a grey sweater. The background is a blurred Starbucks interior with shelves and other customers.

Starbucksとは

自宅でもない職場でも
ない第3の場所。

COLD STONE CREAMERY

体験価値を提供して
思い出を作っただけ

いらっしやいませ Marketing

Starbucksは「いらっしやいませ」と言わない。デパートは「いらっしやいませ」で終わる。いらっしやいませだけでは会話ができない。**お客は会話を求めている。**魚屋、八百屋は？と思うかもしれませんが、彼らは「らっしやい、いいエビ入っているよ!」、「に一ちゃん、ぴったりなのどう?」と会話をします。同時に、いらっしやいませは会話ではないけど、十分見つけてもらうことができるでしょ?

まとめ

何を知らせたいのかストーリーで整理する。

複雑でチャンスは短いことを噛みしめる。

Webはお客との距離を縮めてくれる



インバウンドから

Webで見つけてもらう機会を増やす。
確実に見つけてもらう。ソーシャルで広がるURL
を持つことができる。そして顧客を育てる機会が
増える。

オウンドメディアへ

Webはお客様と早い段階で会話できる。
その情報発信、それぞれのグループと近づけるソ
ーシャルメディアも活用できる。
育てることができる。



顔を見るんだ！

ソーシャル・メディア



ソーシャル・メディア

**スピーカじゃないよ
ひとりひとりと会話。**

ゲームしよぜ

ちょっと近いかもしれない例

プロダクト
良質な商品

PR
リリース

いけてるWeb
EC

YouTube
動画

広告
Adwords
バナー広告

TV

2万ドル

**2009年のYouTubeで3000万回再生された。
メディアに取り上げられた。でも売れなかった。**



The OraBrush

Facebook 広告に28ドル



「ウォールマートの従業員は息が臭い。
あなたの店にもオーラブラシを入れなきゃ！
売れるのまちがいなし！」

彼らは優秀なセールスキットも準備済み、ちゃんと製造も抑えてあった。だからすぐに契約がとれたんだ！

2日後 73万5,000個を納品

顧客に届けるためにできることを行う。

1つの成功だけでは製品は売れないこともある。複数のことをしっか行ったことで確実性が生まれる。

次の「ビッグウェーブ」にちゃんと対応できる。

Marketingの



marketingはじまり



顧客は好みの色の車を買うことができる。
好みの色が黒であるかぎりには。
ヘンリー・フォード



**良いモノは売れる！
製品が中心の時代**

1



ターゲット

どのように顧客に継続販売するか

モノあふれ。
消費ニーズを分析
細分化

2





人が中心。
心を持った人

どのように顧客に協力してもらおうか





生活者・パートナー

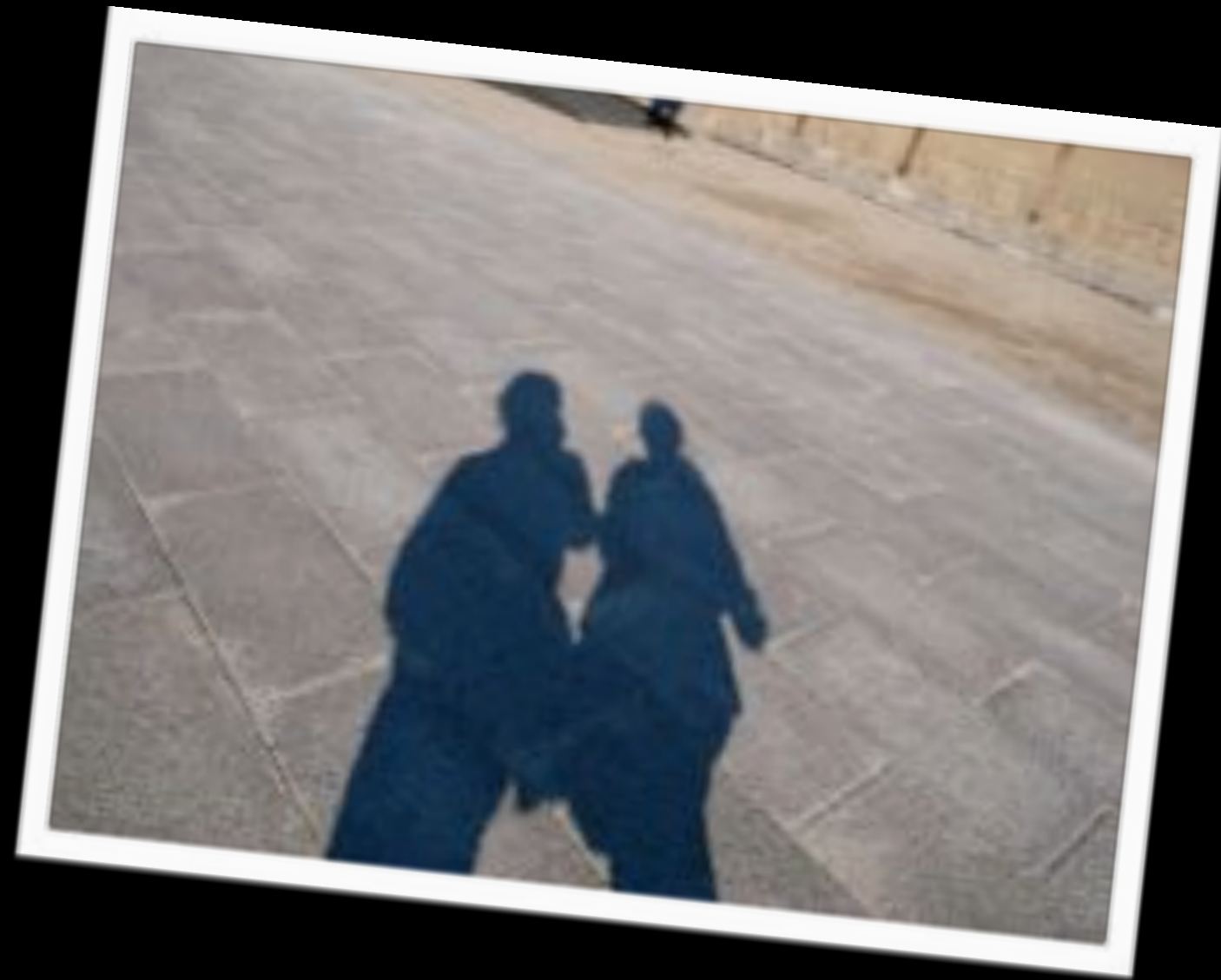
見つけやすく、**協力**しあえる

Webテクノロジー。

どんどん出てくること楽しみにしています。

そして、皆様がそれを作っていく事を。

おつかれさまでした。



@32 ミツ

レコロン



Marketing Evangelist

佐藤みつひろ