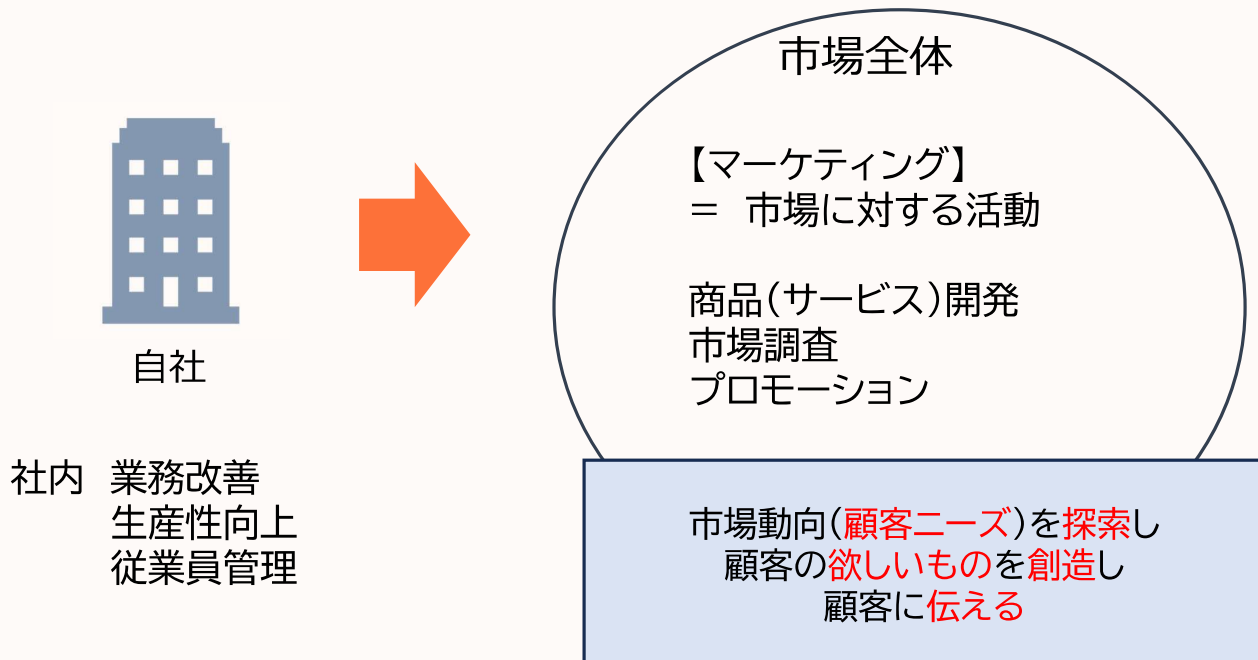


Webを活用した効果的な情報発信

2024年11月15日

オフィス・HANDO
代表 中小企業診断士 寺田久美

● マーケティングとは



● マーケティングの重要キーワード

顧客ニーズ ⇒ 付加価値(顧客価値)

顧客の欲しい・気持ちを想像する
顧客の欲しいを商品(サービス)に転換

顧客へ付加価値を知らせる

3

オフィス・HANDO All Rights Reserved

● 事業方向性の重要ポイント

顧客にとっての価値を創造する

➡ 商品自体、価格、販売方法を考える

ターゲットは誰か？ そのターゲット顧客の ニーズ は何か？
何に価値を見出すのか
価値を商品・サービスに どのように反映 するのか

顧客に対して価値を伝える

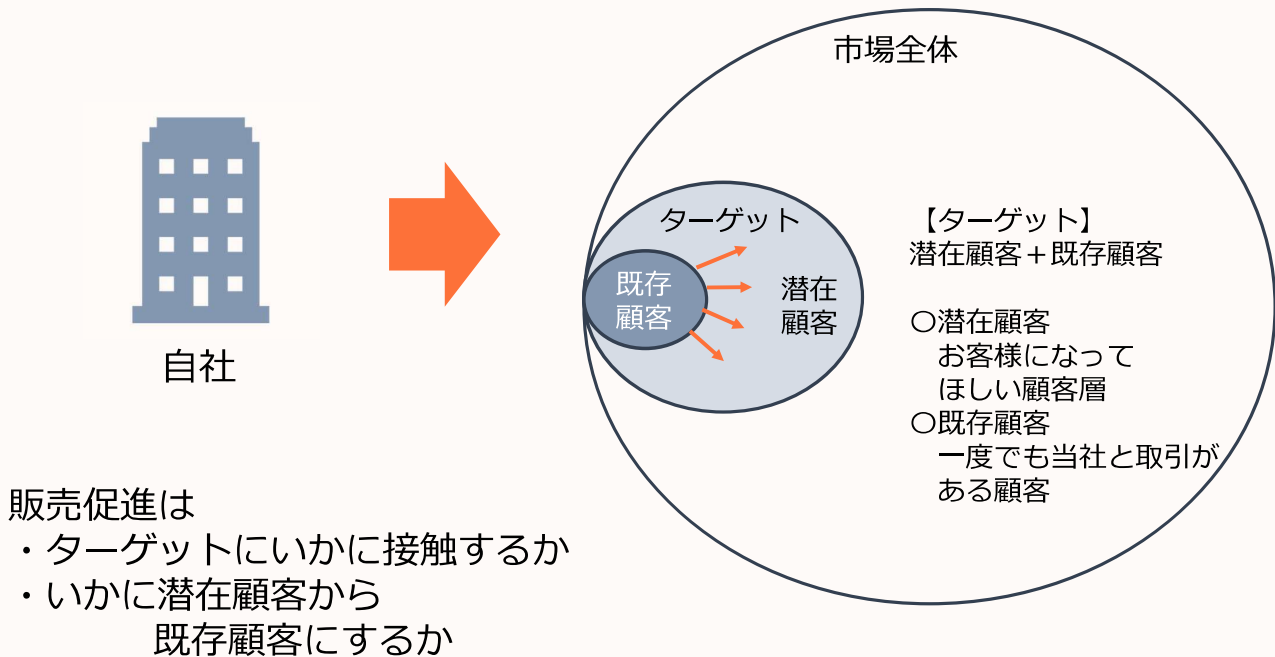
➡ プロモーションを考える

自身・商品・サービスの 「売り」 をきちんと 「顧客価値」 にして伝える
商品・サービスの価値と伝えることの一貫性

4

オフィス・HANDO All Rights Reserved

● プロモーションとは



5

● プロモーションの基本

<ステップ1> 知らない ⇒ 知る

<ステップ2> 欲しい 欲しくなる理由を知らせる

<ステップ3> 客単価を向上させる

- ◆ 単価の高いもの（高いを納得させる）
- ◆ 数を多く購入
- ◆ 頻度をあげる

<ステップ4> 繰り返し利用してもらう（リピート率をあげる）

6

● 価値を伝える

◆ 使用シーンをイメージさせる
⇒ ライフスタイルのイメージ

◆ 購入後の価値をイメージさせる
⇒ 悩み（問題）を解決したイメージ

◆ 購入する理由に訴えかける
⇒ 悩み（問題）自身を訴える

◆ 共感できる「情報（ストーリー）」を付加する
⇒ ストーリーの説明

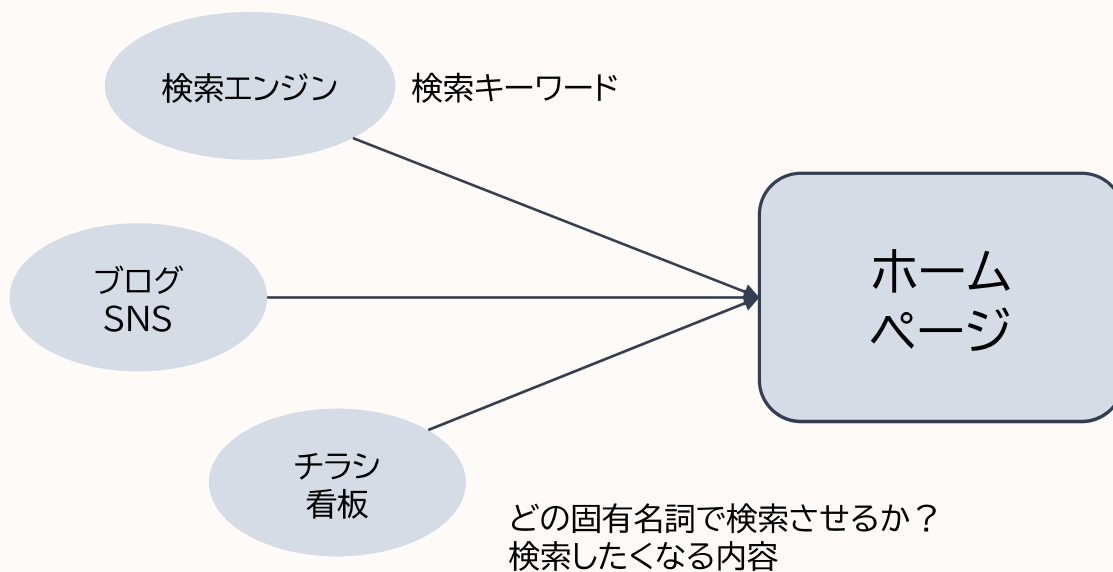
7

● 心に響くPOPメッセージ

- ◆ ランキング表示
- ◆ 限定(期間・地域等)、希少性を記述
- ◆ 購入者、使用者の声を活用する
- ◆ 具体的な数字を表示する
- ◆ 購買意欲をわかせる暖色系を使用

8

● 顧客の入口をどうつくりこむか



● 各メディアの違い

	HP	ブログ	Face book	X (旧Twitter)	Instagram
情報伝達 スピード	△	○	◎	◎	◎
コンテンツ ボリューム	◎	○	○	△	○ (写真・動画に 強い)
拡散性	△	○	◎	◎	◎
社会的 信用	◎	○	○	△	○
SEO対策	◎	○	△	△	△

● 目的別SNS活用

目的	活用方法	内容
新規顧客獲得	Instagramのおすすめに表示	Instagramの投稿をおすすめに表示させフォロワーへ
	インフルエンサーに紹介される	インフルエンサーに見つけれ、紹介される
	「#」検索で表示	ニッチな市場で「#」検索でフォロワーへ
継続した関係構築	Instagramでライブ配信	ライブ配信で自身のキャラクターを訴求
	LINE活用	LINE公式アカウントで情報発信と個別でやり取りを行う

11

オフィス・HANDO All Rights Reserved

● 全てを一貫して行う



ターゲット

どうやって伝える？
何を伝える？

事業コンセプト

商品
サービス

顧客価値は？
どうやって届ける？
価格は？

どんな体制で行う？

12

オフィス・HANDO All Rights Reserved

発信する内容を明確にして
その目的にあった手段を活用しましょう