

厚生労働省 地域雇用促進推進事業

Web
Power
is
Infinity

WEBサイト集客アップ講座
売上を伸ばすWebサイト
製作力強化講座

2011年12月3日



荒添 美穂

IT系企業向け Webサイト集客アップ講座

Copyright(c) IntelligentPark Co.,LTD. All right reserved.

◆序 当講座の目的と内容

▶ 講座内容

回	日程	テーマ	内容
1	12/3	マーケティング力 サイト製作提案力	マーケティングを知る 提案への反映
2	12/10	提案力 法と契約の理解	著作権、瑕疵責任、 個人情報保護法
3	12/17	サイト集客戦略	検索エンジンを知る マルチメディア（クロス） マーケティング
4	1/7		
5	1/14	アクセスログ分析と 滞在戦略	ツール活用 ランディング、イメージ戦略
6	1/21	顧客維持	顧客維持策を含む継続的改善 提案（保守の在り方）

Copyright(c) IntelligentPark Co.,LTD. All right reserved.

5

◆1. マーケティングとは何か？

▶ 質問です

1. マーケティングって、どんなこと??
2. 高校生のあなたは、通学中に出会う
あの人に恋をしました
あなたは、どうする??
＜付き合いたい前提で＞

Copyright(c) IntelligentPark Co.,LTD. All right reserved.

6

◆1. マーケティングとは何か？

あなたは「あの人と交際する」という目標を達成するために、まず、何をしますか？

友人・知人をフル活用して、相手のことが少しわかりました。次にあなたは、どうしますか？

友人の協力を得て、あの人を紹介して貰うことができました。でも、ライバルも多そうです。さあ、あなたは、何をしますか？

やった！とうとう付き合えることになりました。ますます好きになり、長くずっと・・・と思っています。どうしましょうか？

Copyright(c) IntelligentPark Co.,LTD. All right reserved.

7

◆1. マーケティングとは何か？

➤ マーケティングは、お客様に恋すること

自社の商品を購入、愛用してもらい、
できるだけ長い期間、
頻繁に多くの取引をして欲しい

あの人は・・・

どんな人？
何が好き？
選ばれるには？
頻繁に会うには？
ずっと一緒にいるには？

Copyright(c) IntelligentPark Co.,LTD. All right reserved.

8

◆2. マーケティングを考える

➤ 御社のマーケティング

お客様は・・・

1. どんな人？
2. 何が望み？
3. 選ばれるには？
4. 一括発注頂くには？
5. 継続的取引をするには？

保守契約の継続
次回リニューアル
他サイト製作
他社ご紹介

強み、弱み、外部環境
性格、経営資源
商品特性、競合
業界特性

売上目標、利益目標
(可能提供量)
ブランド化、**勝抜け**
見込み客GET

社長、担当の人柄や信用
実績や技術力、提案力
価格
アフターサービス

費用対効果への期待
機会損失(早く、まとめてやる)

Copyright(c) IntelligentPark Co.,LTD. All right reserved.

9

◆2. マーケティングを考える

➤ 顧客のマーケティング

お客様のお客様は・・・

1. どんな人？
2. 何が望み？
3. 選ばれるには？
4. リピート頻度を上げるには？
5. 継続取引を頂くには？

ここから出発
ここへ帰着

※まとまらない
客先の意見を
まとめる切り札

Copyright(c) IntelligentPark Co.,LTD. All right reserved.

10