

MA

Marketing Automation



を導入する上で

絶対に必要なコンテンツ

の有効的な作成方法

MAを導入することで顧客の行動を追えますが、Webの受皿をしっかり構築しないと、何に興味を持っているのか判断ができない上、見込み度合いをあげていくことはできません。よって顧客が何に興味を持っているのかを把握するため、見込み度合いを高くするためにコンテンツ作成を工夫する必要があります！



顧客に行動させたい道を創ることが必要

1 HP・LP

2 e-book

3 メディア



見込客の興味を知るために上記3つの制作は必須！

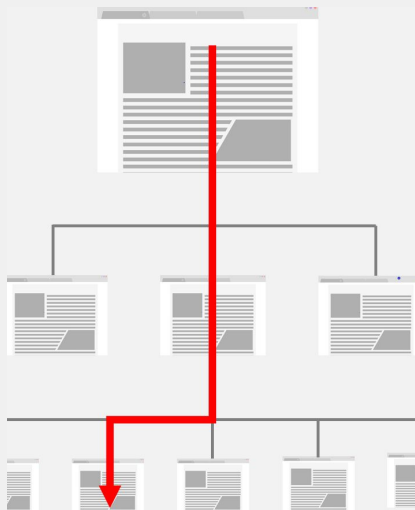
1 HP・LP



HPやLP内にMAツールで作成するトラッキングコードを埋め込むことで見込客が訪問してくださった・メールを確認してくださった際に **行動を追跡すること**ができます。また、**見込客が何に興味を持っているのか**を把握でき、担当営業マンに通知する設定ができます。

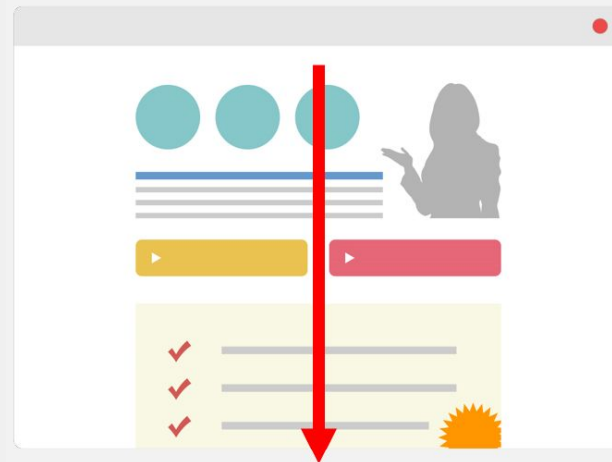
そのために、
「会社概要」「商品概要」「事例紹介」「メディア」など顧客の行動履歴を確認した際に何に興味を持っているかを把握するために分かりやすく・細かくページを分ける必要があります。よって、細かくページを分けることのできないLPではなく、細かくページ分けをすることができる**HPがMAに適している**ということになります。
見込客に**どう行動させたい**のかをイメージし、HP・e-book・メディア制作をする必要があります。

HP



トップページを起点に、
複数の下層ページへ移動していく構造

LP



縦長の1ページのみで、
基本的には他ページへ移動させない構造

HP

・基本的には売りに上げに直結はしない

あらゆる情報を届けることを目的としているため、基本的には売りに上げに直結しない。

有料の集客ではなく無料の集客方法（SEO対策やSNSへの投稿など）を行うことが望ましい。

・地道な努力が必要

定期的にコンテンツを発信し、Webページの更新を行いながら増やしていかなければならない。

LP

・売りに上げに直結する

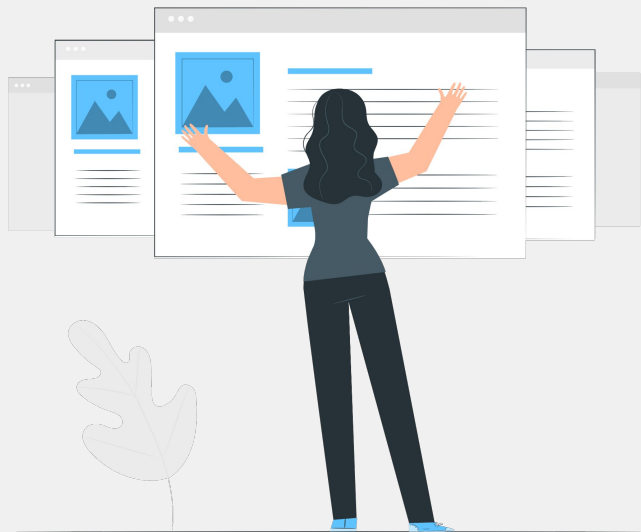
見込み客を呼び込み売りに上げを作るため、売上に直結する。

そのため、有料で広告（PPC広告やSNS広告など）を出し集客することが多い。

・ページ作成に手間、費用がかかる

デザイン性が高く、また訴求力の高いページ作成が求められるため、作成に手間がかかるもしくは、外部委託であればそれなりの費用がかかる。

2 e-book



e-bookの立ち位置としては、
『お問い合わせするまでの興味はない』けれど
『具体的な施策や専門的な知識が欲しい』
といったところでの **見込客との接点を持つため** です。

新規見込客を獲得するために個人情報の入力が必要になります。そこで **低いハードル** でフォームを入力していただくためにe-bookは **必要不可欠** です。
そのため一部のノウハウなどを公開する必要があります。

今、もしあなたがフォーム入力し、本資料を読んでくださったのであれば、今後あなたがいつ・どこの資料を読んでもくださるのかMAツールを導入することで
随時、把握することができます。
※シークレットモードにすると、行動がバレません！

3 メディア



見込客と接点を持つためには、
『e-bookを読みたい！』『話が聞きたい！』と
思っただけなくてはならないです。
その上で”Googleで検索”にて、見ていただくこと、
”メディア”にて、より興味を持っていただくことは
絶対に必須です。新規の案件を獲得するに至り、
広告を用い獲得した見込客と比べ、
Google検索によるオーガニックの流入は
成約率が約3倍以上増加と言われています。

しかし、皆さんがよく検索されるキーワードは
中々ハードルが高いので、このキーワードだったら勝て
るというものを抽出しドメインパワーを
少しずつ育てていく必要があります。
月に10本以上の記事作成が理想です！



- 【MAを導入する上で絶対に必要なコンテンツの有効的な作成方法】 -

GENNE株式会社

お問い合わせ

<https://genne.jp/contact/>

03-4400-1497

続けて上記の資料をダウンロード