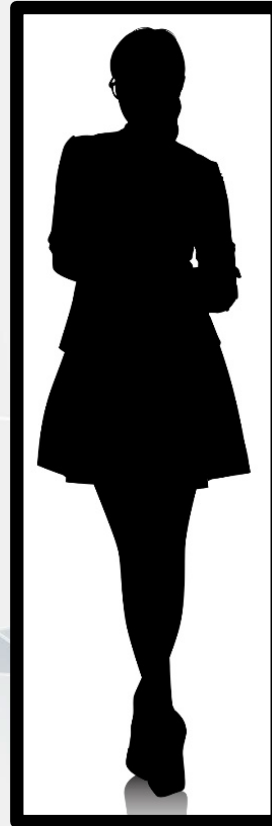


マーケティングファネルがもたらす3つのメリットと運用のコツ

【マーケティングファネル構築 マスター講座】 Vol.2

※講座画面

マーケティングファネルとは？



- 消費者の購買行動を4段階で示したモデル。
- 購買行動が進むにつれて消費者の数は減っていく。



語源は化学の実験などで液体を通すのに使われる円錐型の容器 = 漏斗 (英 : Funnel)

※講座画面

マーケティングファネルのメリット

1 打ち手の優先順位を決めやすくなる

たとえば立ち上げたばかりのブランドや、発売して間もない商品は消費者にほとんど知られていません。この場合まず着手すべきは認知の拡大。具体的な打ち手の候補としては、ネット広告の配信、SEO対策による露出の拡大、SNSによる情報発信などがあげられます。

商材のステータス（立ち位置）と消費者の行動・心理を紐づけて考えることにより、マーケティングの施策の優先順位を決めやすくなるのは、マーケティングファネルの大きなメリットです。

リリースして間もない商材の場合…

優先

- SEOによる検索順位向上
- 広告での商品名の周知
- SNSでの商品情報発信

後回しでOK

- LPでのメリット訴求
- 購入特典の準備
- メルマガ配信、イベント

※講座画面

マーケティングファネルのメリット

② 打ち手をサイクル化できる

消費者の行動を4つのプロセスに区分することにより、それぞれのプロセスにおいて有効な打ち手を見出しやすくなります。さらに「認知拡大はネット広告とSNS」、「興味関心の促進はWebコンテンツ」といった形で各プロセスの施策をパターン化すれば、**より少ない人手とコストで集客・販促のサイクルを回す**ことが可能に。

ツール・メディアの取捨選択、試行錯誤に要する時間をカットしつつ、新商品の開発や新規事業の企画といった本質的な業務にリソースを充てられるようになるはずです。



※講座画面

マーケティングファネルのメリット

3 改善点を見出しやすくなる

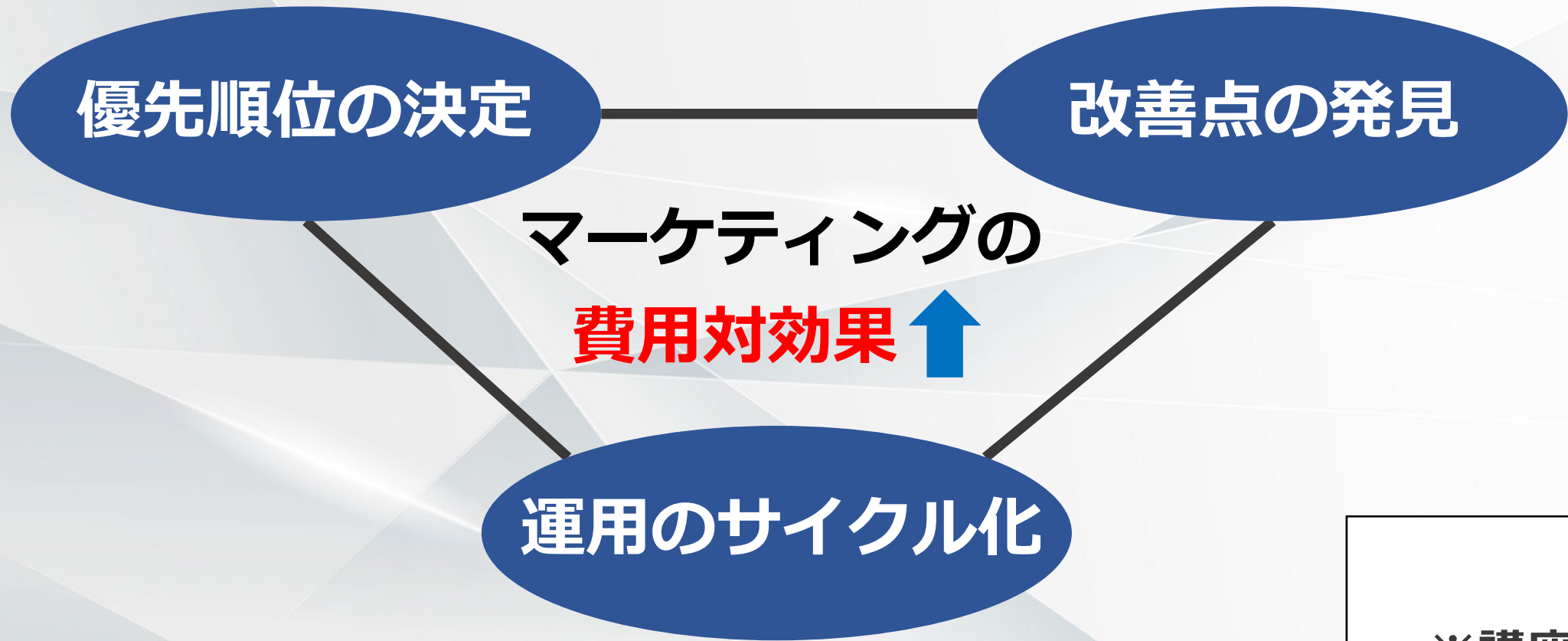
打ち手の改善や軌道修正がスムーズに行えるようになるのも、ファネルの利点の1つ。たとえば、あるネットショップにおいて、ページのアクセス数が多いにもかかわらず売上が伸び悩んでいるという場合、消費者の「比較検討」がスムーズに進んでいない可能性が考えられます。アクセス数が多いということは、少なくとも一定以上の消費者がこのネットショップの商品を認知し、興味関心を抱いている状態だからです。

よってこの場合、改善すべきは比較検討の促進。具体的にはページで商品の優位性（価格、機能、デザイン、特典など）をより明確に訴求する、購入者によるレビューや販売実績を盛り込むといった打ち手が有効になるでしょう。



※講座画面

マーケティングファネルのメリット



※講座画面

マーケティングファネルの運用のコツ

1 打ち手を安易に限定しない

たとえばひと口に認知を高めるといっても、適したメディアはターゲットの年齢や、リテラシーによって変わってきますし、企業向けの商品では興味関心を高めるためにメルマガ配信やウェビナーの開催といった継続的な施策が必要になることもあります。

まずは自社の顧客層とビジネスモデルをきちんと整理したうえで、最初のうちは1つのフェーズにつき**2つから3つの打ち手を組み合わせる**のがおすすめです。

例.認知拡大の施策（若年層がターゲットの場合）

商品情報の投稿



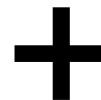
Instagram



検索における商品名の周知



Google広告



SEO対策

※講座画面

マーケティングファネルの運用のコツ

② コストへ配慮する

認知や興味関心といった1つのフェーズにつき複数の施策を組み合わせるとなると、当然ながら制作費や外注費が発生します。ファネルを取り入れてマーケティング施策を最適化しても、こうしたコストが収益を上回ってしまっは意味がありません。

コスト削減の具体的の対策としては、**手持ちのツール・資料を活かす**こと。たとえば、ランディングページのコンテンツはプレスリリースなどの広報がつくった文書や過去の営業資料などをもとに形にすることが可能ですし、そうして作成したランディングページは興味関心の喚起はもちろんのこと、比較検討、購買の促進にも役立ちます。



※講座画面

マーケティングファネルの運用のコツ

3 最後の囲い込みを忘れずに

化学の実験などで使われる漏斗の底には穴が開いており、漏斗を通過した液体が戻ることはありませんが、マーケティングファネルでは**最下層（＝購買）に達した消費者を囲い込み、さらなる収益アップ**を図ることができます。

具体的な打ち手としては、クロスセル、アップセルと呼ばれる手法のほか、顧客対応、カスタマーサポートを通じた信頼関係の構築など。

消費者が購買にいたったからといって満足することなく、囲い込み、ロイヤルティの改善を通じてさらに大きな成果を目指しましょう。



顧客を囲い込むことで
収益アップ

※講座画面

まとめ

メリット

- 1 優先順位を決めやすくなる
- 2 打ち手をサイクル化できる
- 3 改善点を見出しやすくなる

運用のコツ

- 1 打ち手を安易に限定しない
- 2 コストへ配慮する
- 3 最後の囲い込みを忘れずに

※講座画面