



茨城のネットショップの情報交換と  
交流の場「どっとこむいばらき」

会長 杉山 勉

<http://dotcom-ibaraki.jp/>

## インターネットを集客に活用しよう(その六)

これまで、私の考えるインターネットマーケティングは「自社や自社の商品やサービスの魅力についてお客様に正しくお伝えすること」について書いてきました。

簡単にまとめると、

インターネットマーケティングに使えるツールには、ホームページ、メールマガジン、PPC広告、SEO対策、SNS、ブログなどがある。それらを使って、写真と文章でお客様に伝わるように表現していくことが必要だ。という点になります。今回のコラムは、これらを運動させ

せて活用していくことがテーマです。ネットの勉強をしていくと、いろいろなノウハウやテクニックを知ることがあります。例えば「自社のホームページに来てもらいたいならば、適切なキーワードで検索エンジンの上位に表示されることが大切だ(いわゆるSEO対策のこと)」「キーワードの上位にさせるにはバックリンクを多くもらうことが有効だ」などです。

すると、いいことを聞いたとばかり、SEOばかり頑張っただけで対策を立てる方が多いのですが、単独で対策しても効果が見込めません。もちろん実践することは素晴らしいのですが、複合的に考える必要があります。何のためにSEO対策をするのか。「ホームページを多くの方にてもらいたいから」という答えでは、不十分です。ネットショップであれば、最終的なゴールは商品を購入していただくことでしょう。

すると、「この商品を購入してもらいたい」「その良さを知ってもらいたい」「そのためには、ホームページのこのページを見てもらいたい」「見てもらうためには、

このページが検索エンジンで上位に

表示されたい」という流れになるはず。ゴールを意識して、逆算して必要な対策を立てることが大切。当然SEO対策だけでは、不十分なことだ。理解できるはずだ。

この流れに沿って、例えば魅力ある商品の仕入れ、商品説明の仕方、写真の出し方、キャッチコピー、キーワードの選定、SEO対策などをしっかりしていく必要があります。

私の場合の具体例でいうと、本業はホテルなのですが、このことを実践したところ、ある予約サイトからの五月の売上が前年比一・八倍になりました。

意識してやったことは、適切な広告の購入、その広告に最適な宿泊プランの作成、プランの魅力を伝えるプラン名を決める、プランの魅力を伝える説明文を書く、プランが予約サイト内での検索で出てくるようにキーワードを説明文に盛り込む、メールマガジンでプランの紹介をする、といったことです。

当たり前の対策のように感じるかもしれませんが、キャッチコピーやプラン名、プラン内容はかなり時間をかけて文言を何度も修正しましたので、それが効果をあげたと思っています。

ところで話は変わりますが、電通が発表したインターネットマーケティングの理論にA I S A S (アイサス)の法則というものがあります。簡単に言うと、人がインターネットでものを買うにはAttention (注目)

Interest (関心) Search (検索) Action (行動) Share (共有)のプロセスを経るといって考え方です。

今回の話はこの法則と関連があります。A I S A Sの個別の項目だけでなく全体の流れを理解し適切な対策をできたお店がインターネットでは大きな成果を出しているのです。ネットショップを運営している方は、A I S A Sの流れの中で、A、I、S、A、Sのそれぞれについて、自分のネットショップでは何をやっているのか考えてみてください。自社のやるべき課題が見えてくるはず

です。A I S A Sの法則は非常に大切な考え方ですので、興味がある方はネットで検索してみてください。

「どっとこむいばらき」では、ネットショップに関する相談を受け付けております。今年はネットを上手に活用した企業が業績を伸ばしています。悩む前にご連絡下さい。

([mail@dotcom-ibaraki.jp](mailto:mail@dotcom-ibaraki.jp))