

デジタルマーケティングの基本

SEO対策専門会社 東京SEOメーカー

目次

- 1 デジタルマーケティングの重要性
- 2 SEO（検索エンジン最適化）
- 3 コンテンツマーケティング
- 4 ソーシャルメディアマーケティング
- 5 メールマーケティング
- 6 WEB広告（PPC広告とリスティング広告）
- 7 アフィリエイトマーケティング
- 8 インフルエンサーマーケティング
- 9 デジタルマーケティングのトレンド

デジタルマーケティングの重要性①

マーケティング

- ・ 交通広告
- ・ ブライシング
- ・ セミナー・ 展示会開催
- ・ 商品企画
- ・ テレビCM
- ・ ダイレクトメール

デジタルマーケティング

- ・ MA
- ・ フィンテック
- ・ ビックデータ
- ・ AI
- ・ デジタル広告
- ・ IoT
- ・ CRM
- ・ デジタルサイネージ

Webマーケティング

- ・ Webサイト運用
- ・ オウンドメディア
- ・ Web広告
- ・ SNS運用
- ・ SEO
- ・ メール

・ VR ・ AR

・ アプリ

デジタルマーケティングがビジネスにとって重要なのは、インターネットの普及により消費者の購買行動が大きく変化しているからです。

多くの人々が商品やサービスを検索し、購入するためにオンラインを利用しているため、複数あるデジタルマーケティングの手法から、自社の目的に合った方法を選択する必要があります。

デジタルマーケティングの重要性②

デジタルマーケティングを活用することで、企業は以下のようなメリットを得ることができます。

1. 広範なリーチ

オンラインプラットフォームを使用することで、地域や国境を越えて幅広い顧客にアクセスできます。

2. コスト効率

伝統的な広告よりもコストを抑えて効果的にマーケティング活動を展開できます。

3. リアルタイムの分析と最適化

オンラインツールを利用してマーケティングキャンペーンのパフォーマンスをリアルタイムで分析し、改善策を素早く実施できます。

4. パーソナライゼーション

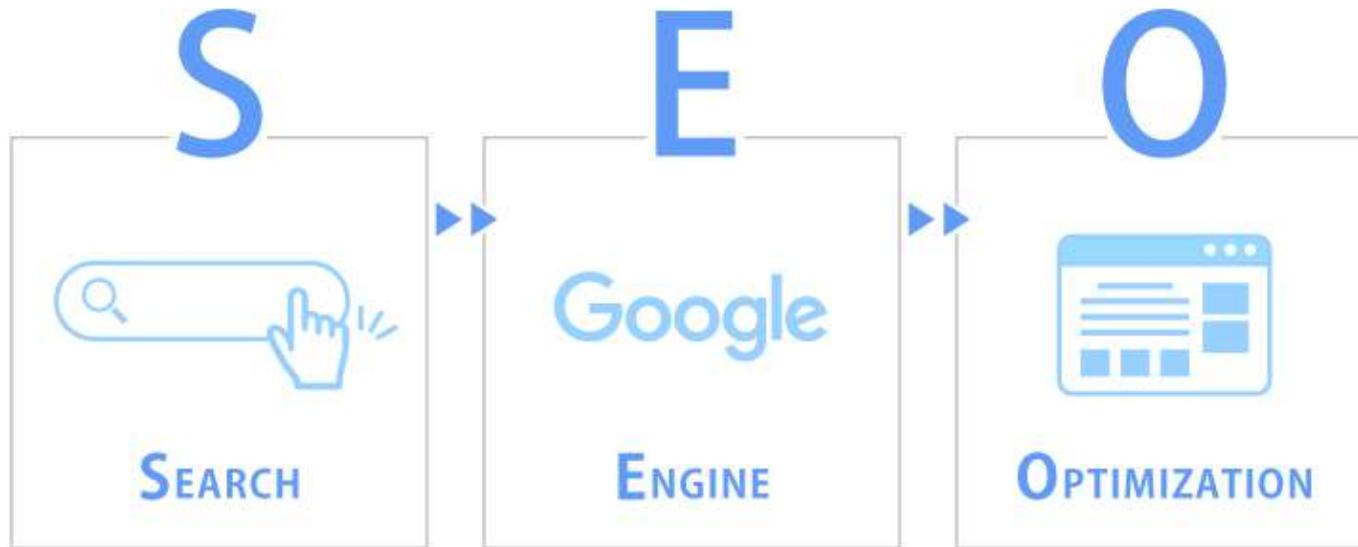
顧客のオンライン行動や嗜好を分析し、パーソナライズされたコンテンツやオファーを提供することで、顧客エンゲージメントを高めることができます。

5. 多様なマーケティングチャネル

ソーシャルメディア、SEO、メールマーケティングなど、様々なデジタルチャネルを通じて顧客とコミュニケーションをとることができます。

SEO（検索エンジン最適化）

SEO（Search Engine Optimization、検索エンジン最適化）は、ウェブサイトを検索エンジンの検索結果でより高い位置に表示させるための方法です。



検索上位に入ることによりサイトへの流入数が増え、問い合わせを増やし、自社の認知を向上させることができます。

SEOにはウェブサイトのコンテンツや構造の最適化、外部からのリンクの獲得、ユーザーエクスペリエンスの向上なども含まれます。多くの場合、自社だけでの完結は難しく、外部のSEO会社に依頼することになります。

SEO（検索エンジン最適化）

ウェブサイトを検索エンジンで上位表示させる方法

ウェブサイトを検索エンジンで上位表示させるには、次のような方法があります

キーワードリサーチ

ターゲットが検索しているキーワードを把握し、コンテンツに組み込む。

オンページSEO

タイトルタグ、メタディスクリプション、ヘッダータグ、画像のaltテキストなどを最適化する。

コンテンツの品質

ユーザーに価値を提供する高品質で独自のコンテンツを作成する。

モバイルフレンドリー

ウェブサイトをモバイルデバイス（特にスマホ）で使いやすいように最適化する。

ページスピード

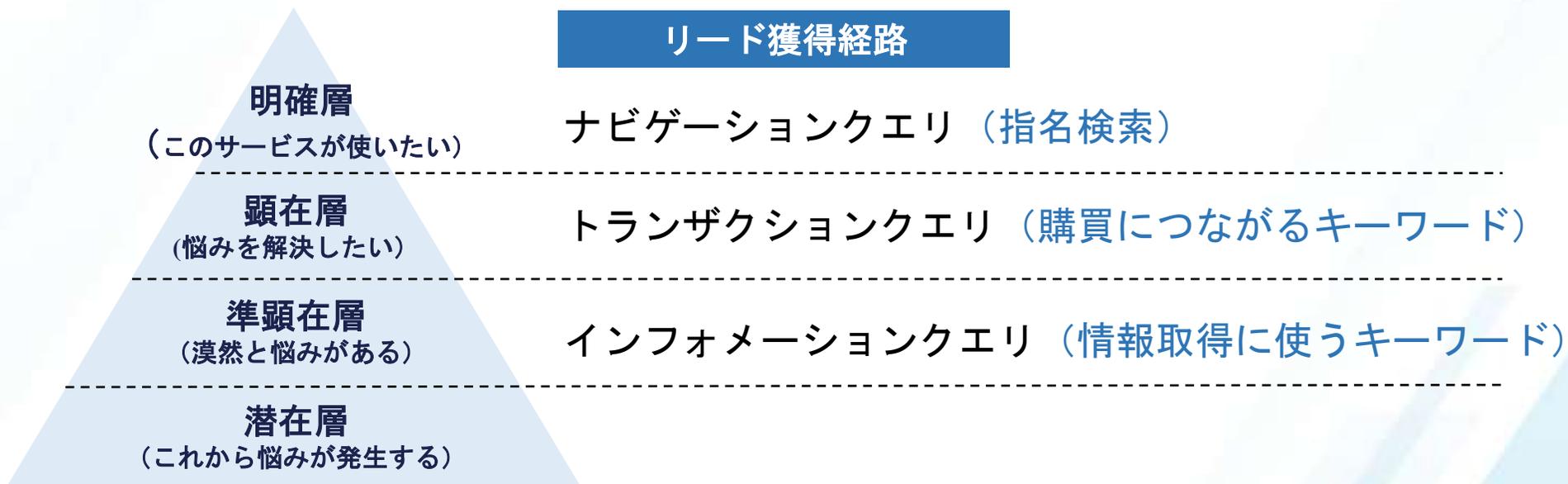
ウェブページの読み込み速度を向上させる。

バックリンク

他の信頼できるウェブサイトからのリンクを獲得する。

SEO（検索エンジン最適化）キーワードの重要性

キーワードはSEOにおいて極めて重要です。これは、検索エンジンがウェブページの内容を理解し、ユーザーの検索クエリに対して最も関連性の高い結果を提供する際の重要な要素だからです。



適切なキーワードを使用することで、ターゲットオーディエンスを引き寄せ、ウェブサイトへのトラフィックを増加させることが可能です。また、キーワードリサーチを通じて市場のトレンドや競合他社の動向を把握することもできます。

コンテンツマーケティング

コンテンツマーケティングは、ターゲットに価値を提供することを目的としたマーケティング戦略です。

従来のマーケティング

テレビ広告

ダイレクトメール
テレマーケティング
展示会
セミナー
新聞広告
雑誌広告

デジタルマーケティング

ソーシャルメディア
モバイル
メール
Webマーケティング
Webサイト
Web広告

コンテンツマーケティング

これには、ブログ記事、ビデオ、インフォグラフィック、ソーシャルメディア投稿など、さまざまな形式のコンテンツが含まれます。コンテンツマーケティングの目的は、ユーザーとの関係を築き、ブランド認知を高め、信頼性を構築し、最終的には製品やサービスの販売を促進することです。

この戦略は、従来の広告よりも細やかなアプローチを取り、消費者に直接製品を売り込むのではなく、彼らが抱える問題を解決したり、役立つ情報を提供することで価値を提供します。これにより、企業はオーディエンスとの信頼関係を築き、長期的なカスタマーロイヤリティを構築することができます。

コンテンツマーケティング

高品質なコンテンツを作成する重要性

高品質なコンテンツを作成することは、ウェブサイトのトラフィックを増やし、読者のエンゲージメントを高めるうえで極めて重要です。優れたコンテンツは読者に価値を提供し、信頼性を構築するとともに、検索エンジンランキングの向上に寄与します。また、シェアされやすくなるため、より広いユーザーにリーチすることが可能になります。

ニーズが多様化しているコンテンツ



高品質なコンテンツを提供することで、読者との信頼関係を築くことができます。読者が価値を感じるコンテンツを提供し続けることで、彼らはブランドのファンになり、最終的には顧客へと変わる可能性があります。また、読者と直接コミュニケーションをとることでフィードバックを受け取り、コンテンツを改善することが可能になります。これにより、読者との関係はより強固なものとなります。

コンテンツの例

ブログ、メディア記事、ビデオ、インフォグラフィック、SNS投稿、ホワイトペーパーなどが中心ですが、コンテンツを配信するという意味ではオンラインやオフラインのイベント開催も含まれます。

ソーシャルメディアマーケティング

ソーシャルメディアマーケティングは、Facebook、Twitter、Instagramなどのプラットフォームを使用して、ブランド認知を高め、製品やサービスを宣伝し、顧客とのエンゲージメントを築くデジタルマーケティングの形式です。

人気のあるソーシャルメディアプラットフォームの紹介

Facebook

ビジネス向きのSNS。広告オプションが豊富で、さまざまなターゲット層にリーチできます。

Instagram

主に写真やビデオを共有するプラットフォームで、若年層を中心に人気があります。

Twitter

短いテキストメッセージを共有するSNSで、トレンドやニュースに素早く反応することができます。

TikTok

短いビデオを共有するSNS。若年層に非常に強い人気があります。

この戦略を利用することで、企業はターゲットオーディエンスと直接コミュニケーションを取り、リアルタイムでフィードバックを受けることができます。

ソーシャルメディアマーケティング

フォロワーを増やし、エンゲージメントを高める戦略

コンテンツの品質

高品質で関連性のある投稿を定期的にする
ことで、エンゲージメントを高めます。

インタラクション

フォロワーのコメントや質問に迅速かつ積
極的に応答することで、コミュニティを築
きます。

キャンペーン

フォロワーを増やし、エンゲージメントを
高めるために、キャンペーンやコンテスト
を実施します。

インフルエンサーの利用

影響力のある人物と提携して、ブランドの
リーチを拡大します。

メールマーケティング

メールマーケティングは、製品やサービスを宣伝し、顧客との関係を築くために、電子メールを使用するマーケティング手法です。これにより、特定のオファーや情報を直接ターゲットに届けることができ、顧客のロイヤリティとエンゲージメントを高めることが可能です。

リターゲティングメール



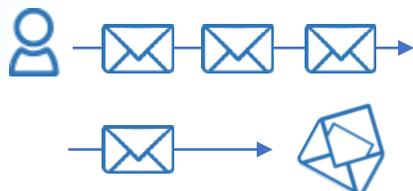
条件に合った内容のメール

メールマガジン



情報を一斉配信

ステップメール



段階的に定期的に配信する

休眠顧客メール



休眠状態の顧客に配信する

メールリストの構築

フォームの活用：ウェブサイトやSNSでフォームを設置し、訪問者をメールリストに登録できるようにします。

リードマグネット：無料のガイド、ホワイトペーパー、ウェビナーなどを提供し、訪問者をメールリストに登録させます。

メールマーケティング

効果的なメールキャンペーンの作成

※CTA:Call To Action。問い合わせのようなユーザーに実行してほしいアクションのこと。

セグメンテーション

メールリストをセグメント化し、各セグメントに関連性の高いコンテンツを送信します。

パーソナライゼーション

受信者の名前を使用するなど、メールをパーソナライズして、エンゲージメントを高めます。

CTA

受信者に期待されるアクションを明確にし、強力なコール・トゥ・アクション（CTA）を設置します。

メールマーケティングのベストプラクティス

テストと最適化

件名、コンテンツ、送信時間などをA/Bテストし、パフォーマンスを最適化します。

解除オプションの提供

受信者が簡単にメールリストから解除できるオプションを提供します。

パフォーマンスの分析

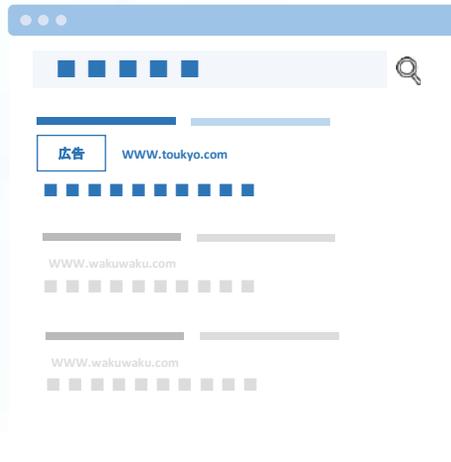
開封率、クリックスルー率、コンバージョン率などを分析し、キャンペーンの効果を評価します。

WEB広告（PPC広告とリスティング広告）

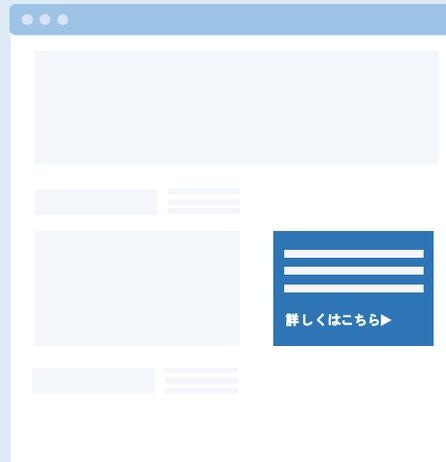
PPC広告とリスティング広告の基本

PPC広告

リスティング広告



ディスプレイ広告



PPC広告（Pay-Per-Click）：ユーザーが広告をクリックするたびに広告主が支払いを行う広告モデルです。Google AdWordsやFacebook Adsが代表的なプラットフォームです。その他、メディアを指定して配信したり、特定のページを見たユーザーに広告を表示させるなど、さまざまな手法でWEB上に表示させることができます。

リスティング広告：検索エンジンの検索結果ページに表示されるテキスト広告です。SEOで上位化できなくともコストをかけることで上位表示が可能になる

WEB広告（PPC広告とリスティング広告）

リスティング広告のキーワードと入札戦略

キーワード

ユーザーが検索エンジンで検索する単語やフレーズです。広告が表示されるトリガーとなります。

入札戦略

広告主は特定のキーワードに入札し、そのキーワードが検索されたときに広告が表示される位置を競います。入札額と広告の関連性が広告の表示位置を決定します。

ROIを最大化するためのヒント

ターゲットの絞り込み

ターゲットを正確に定義し、関連性の高いキーワードを選択します。

ランディングページの最適化

広告からの訪問者を迎えるランディングページは、関連性が高く、コンバージョンを促進する内容であるべきです。

高品質な広告コピー

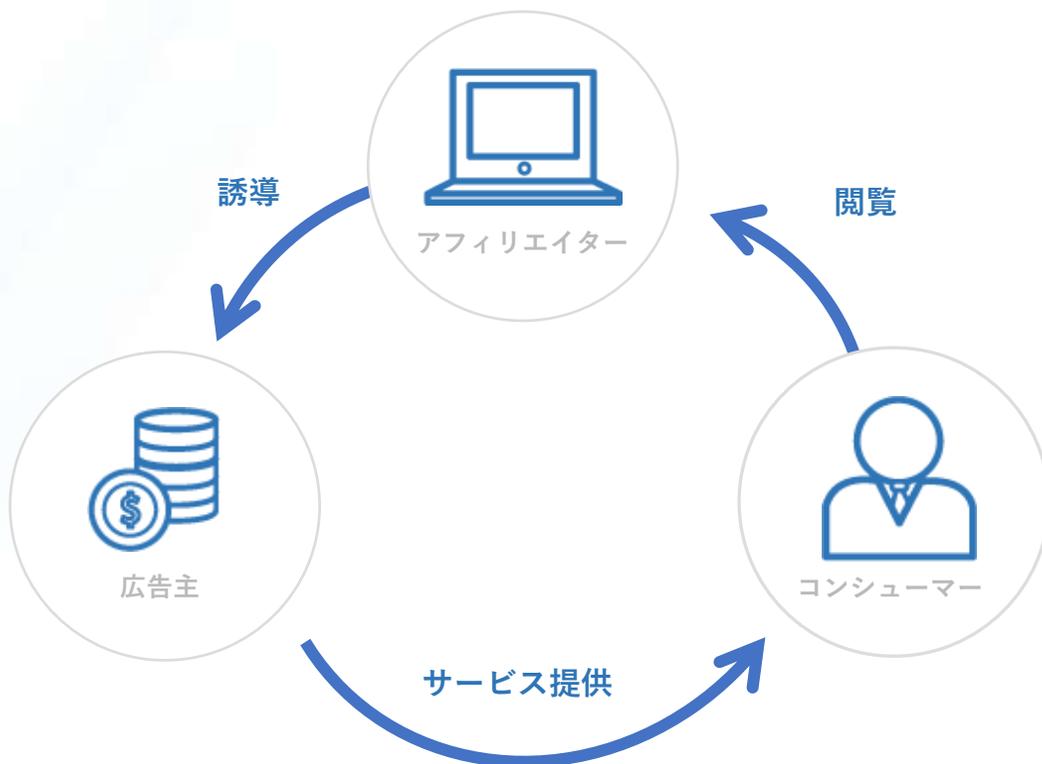
クリアで説得力のある広告コピーを作成し、ユーザーにアクションを促します。

パフォーマンスのモニタリングと調整

キャンペーンのパフォーマンスを継続的に監視し、必要に応じてキーワード、入札額、広告コピーを調整してROIを最大化します。

アフィリエイトマーケティング

アフィリエイトマーケティングは、アフィリエイトが広告主の製品やサービスを推薦し、その推薦を通じて販売が行われた場合に、アフィリエイトがコミッションを受け取るビジネスモデルです。



基本的には広告主はASPやアフィリエイトを探して契約するだけで、販売活動はアフィリエイトが行いますが、アフィリエイトが配信する記事や広告に誤りや誤解を招く表現になっていないかなどを管理するのは広告主側の責任になるため、レギュレーションを設定する必要があります。

※ASP (Affiliate Service Provider) : アフィリエイトと広告主を仲介することを業務としている企業のこと。多数のアフィリエイトを探すには非常に手間がかかるため、通常、広告主はASPに声をかけることになる。

アフィリエイトマーケティング

アフィリエイトを成功させるためのヒント

信頼できるASPを探す

ASPは数多くありますが、特定の分野に特化しているASPや力のあるアフィリエイトを探ることのできるASPなど、各社特徴があります。自身のビジネスと親和性の高く、信頼できるASPを見つけることが重要です。

親和性の高い製品を選ぶ

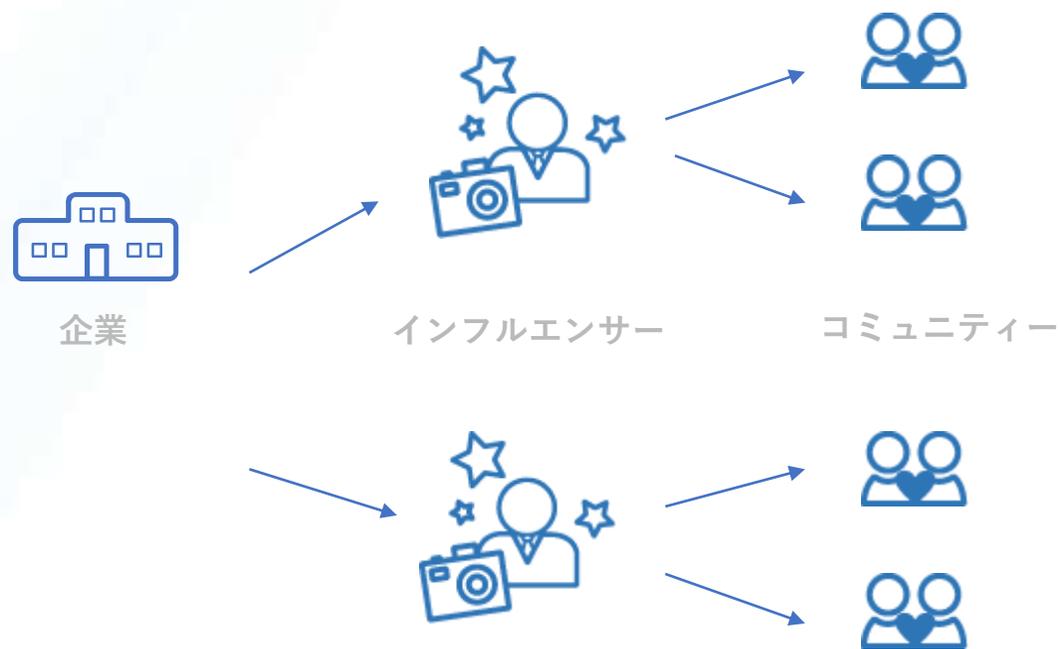
自身のサービスがアフィリエイトに適しているかを十分に検討してください。アフィリエイトが第三者に紹介するのに十分な理由が必要です。

単価設定を考える

アフィリエイトターは単価が高いほど優先して紹介をする傾向があります。しかし、単価が高いということは自社の収益が減るということを意味しますので、集客はできるが収益が出る単価設定をすることが求められます。

インフルエンサーマーケティング

インフルエンサーとは、ソーシャルメディアや他のオンラインプラットフォーム上で大きなフォロワーを持ち、自らの意見やレビューが人々の購買意欲や意見形成に大きな影響を与えることができる人物のことを指します。彼らは特定の分野での専門知識や人気を持ち、その影響力を利用して製品やサービスを紹介することができます。



インフルエンサーを活用したプロモーション

企業は製品やサービスの宣伝を目的としてインフルエンサーと提携し、その人気と信頼性を利用して自社のメッセージを拡散します。インフルエンサーは自身のフォロワーに対して製品を紹介し、その製品の使用感やメリットを共有することで、企業のターゲットオーディエンスにリーチし、購買を促進します。

インフルエンサーマーケティング

インフルエンサー選定のポイント

関連性

インフルエンサーのフォロワーが企業のターゲットオーディエンスと一致しているか確認します。関連性の高いインフルエンサーを選ぶことで、キャンペーンの効果を最大化できます。

信頼性と真実性

インフルエンサーが信頼でき、彼らの意見やレビューが真実であるか評価します。信頼性の高いインフルエンサーは、フォロワーに対してより大きな影響を持ちます。

エンゲージメント率

インフルエンサーの投稿がどれだけのエンゲージメント（いいね、コメント、シェアなど）を獲得しているか確認します。エンゲージメント率が高いほど、フォロワーとの関係が強く、プロモーションメッセージが広がりやすいです。

コスト対効果

インフルエンサーとの提携コストと期待されるリターンを評価し、コスト対効果の高い選択をします。

デジタルマーケティングのトレンド

デジタルマーケティングの中心はSEOと広告です。集客後、リードを取得してからのメールマーケティングは現在でも活発に行われていますし、SEOと広告と並行したSNSマーケティングもどの企業も積極的に行っています。

トレンドに適応するためのヒント

<p>継続的な学習</p>	<p>デジタルマーケティングの世界は常に進化しているため、最新のトレンドやツールについて継続的に学ぶことが重要です。</p>
<p>データ分析の強化</p>	<p>ユーザーの行動データを収集し分析することで、戦略の効果を測定し、改善点を見つけ出すことができます。</p>
<p>柔軟な戦略</p>	<p>市場や技術の変化に迅速に対応するため、戦略は柔軟で適応可能である必要があります。</p>

今後注目されるであろうテクノロジーと戦略

<p>AIと機械学習</p>	<p>ユーザーの行動を分析し、より精密なターゲティングやパーソナライズを実現するために活用されています。</p>
<p>チャットボットと自動化</p>	<p>カスタマーサポートの効率化やリード生成のために、チャットボットや自動化ツールが広く採用されています。</p>
<p>音声検索とスマートスピーカー</p>	<p>音声検索の増加に伴い、音声に最適化されたコンテンツの作成が重要になっています。</p>

会社概要

東京SEOメーカーが選ばれる理由

SEO専門のデジタルマーケティングカンパニー

東京SEOメーカー

<https://www.switchitmaker2.com/>



- 12年で2000社以上のクライアント様のWEB集客を支援
- Google検索【SEO戦略】【SEO東京】【SEOスコア】【人気コンテンツとは】など多数のワードで長年にわたり検索順位1位獲得 600以上のSEO関連ワードで1ページ目以内にランクイン
- 検索エンジンのアルゴリズムを長年研究し「独自ノウハウ」を蓄積
- ビックワード【SEO対策】【SEOコンサルティング】etc 上位表示

東京SEOメーカーが選ばれる理由

選ばれる理由①

SEOに強い



WEBマーケティングとは「WEBで売れる仕組み作り」です。その中核となるSEOで結果を出せば、施策を効率よく成功させやすくなります。

弊社は最新Googleアルゴリズムの研究により、豊富なSEO技術と独自ノウハウを蓄積。先端SEO対策の実施が可能です。

選ばれる理由②

分析に強い



サイトごとに状況は異なります。そのため確実に成果を出すには、まず現状を的確に把握する必要があります。

弊社では徹底的な3C分析で現状の問題点をピックアップし、データドリブン戦略をふまえて結果につながるマーケティング施策を提案します。

選ばれる理由③

SEOに強い



日本と海外各国では文化も、使われる検索エンジンも違うため、有効な施策が異なります。

トリリンガルの海外SEOコンサルタントが在籍し、現地法人数社とも提携している弊社なら、アメリカ・ヨーロッパ・アジアでの海外マーケティング施策も可能です。

会社概要

サイト屋号	東京SEOメーカー (https://www.switchitmaker2.com/)
会社名	アドマノ株式会社 (https://admano.co.jp/)
会社法人等番号	0115-01-017825
設立日	平成24年7月11日
代表者	天野 剛志
資本金	10,000,000円
TEL	03-5394-8107
FAX	03-5980-9170
住所	〒170-0002 東京都豊島区巣鴨3-1-1 巣鴨桜並木通りビル301
事業内容	検索エンジン最適化 (SEM・SEO) / WEB制作 / システム開発 / WEBマーケティング / インターネット広告事業
取引銀行	城北信用金庫 駒込支店 巣鴨信用金庫 本店営業部

東京SEOメーカー（アドマノ株式会社）の書籍

Amazon Kindleの読み放題プランで読めます。



東京SEOメーカー
2023年最新SEO対策
完全ガイド



ChatGPT × SEOライティング
実践技術



DX新時代に中小企業が生き残る最新企業戦略



※この資料では、東京SEOメーカーの神髄である“ノウハウ”は披露されていません。
ご縁があり、ご発注いただいたお客様には、そのノウハウを余すことなくお伝えいたします。