

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

## 『ウェブマーケティングはじめ

ての教科書』 小石彩夫著 幻冬舎 199頁

1200円＋税

ウェブマーケティングとはインターネットを利用したマーケティングのことです。著者は次のように言います。

世界人口76億人のうちインターネットの利用者は40億人、スマホを含めたモバイル端末は85億個あります。SNSの利用者では、フェイスブックが月間利用者22億人とダントツで、インスタグラムも10億人を超えているそうです。企業が自ら顧客を発見していく時代になってきています。

つまり、ウェブマーケティングが非常に重要になってきているということです。ここでは、用語の解説を本から要約してご紹介します。

★LP：LPとはランディングページ、着地点のページだ。さまざまな広告のゴールとしてこのページに見込客を誘導することがウェブマーケティングの目的である。LPの多くは、長めの1ページのページで、商品・サービスの購入や資料請求、会員登録、メルマガの定期購読を促す内容と、そのための申し込み用フォームがセットになっている。

なぜLPが必要なのか。ホームページがあればいいのではないか？いや、よくない。ホームページでは情報量が多く内容が分散しているため、来訪者が広告主の目的通りに動いてくれないからだ。

★SNS：フェイスブック、インスタグラム、ラインは利用者の幅を広げている。利用者同

士のコミュニケーションにより情報が拡散していくSNSは、上手に活用すれば予想以上の効果を上げることができる。

★動画：今もっともホットな手法。動画広告の種類は大きく分けて二通り。ひとつは、自社で商品やサービスの説明動画を作り、公式サイトやYouTubeなどの動画共有サービスにアップする方法。もうひとつは、既存のパナー広告やLPに動画を埋め込んだり、他の人が作ったYouTubeの動画コンテンツに、テレビCMのように自社の広告動画を挿入するという方法。トゥルービューといい、ユーチューバーが作成した人気の動画コンテンツが始まる前の4秒間、あるいは再生途中で広告として挿入される。

★リスティング広告：検索エンジン連動型広告とも呼ばれる。キーワードを入力して検索すると、検索結果のページに表示されるテキスト広告。見た目は通常の検索結果とほぼ同じように見える。広告を出す側からいえば、検索結果と間違えてクリックしてもらえかもしれないので、効果のある広告として期待できる。リスティング広告の代表が「グーグル広告」と「ヤフー！プロモーション広告」。スマホの検索エンジンはほとんどがグーグル。広告掲載にあたっては、どのキーワードをどのような人に配信するかを決める。その際、キーワードごとに料金が入札で決められる。一般的なキーワードは商売敵が多いため入札価格が高い。「サプリ」「やせる」「ファッション」などで、「ビッグキーワード」と呼ばれる。

いかがでしたか。すでにご存じの方も大勢いらっしゃると思います。自社ではインターネットをどのように活用しているか、今後活用できるか、考えてみましょう。

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

## 情報が生死を分ける

ナンタケットという島があります。アメリカ北東部ボストンの沖にある小さな島です。ここはかつて世界で最大規模の捕鯨基地でした。ナンタケット島民は捕鯨に誇りを持ち、捕鯨のスキルを共有していました。

この島の多数の捕鯨船の中で、エセックス号は、とても有名な船です。アメリカの学校の教科書にも載っているそうです。そして映画にもなったし、小説「白鯨」のモデルでもあります。

エセックス号は、1819年8月に島を出、南米南端のホーン岬を回り、ガラパゴス西の海域に達します。そして、1820年11月なんと、マッコウクジラに攻撃され沈没してしまいます。

乗組員20人は、3隻のボートに乗って陸を目指します。沈みつつある船から海図と計測器具を救い出していますから、現在地も周りの状況もわかるわけです。

数週間で行けるところにマルケサスとかタヒチとかのポリネシアの島があります。そしてはるかかなたに南米があります。どこを目指すのか。

船長と2人の航海士が相談します。船長は、島に行こうと言いますが、航海士たちは反対します。なぜならば、島には人食い人種がいるからです。島に着いたらたちまち襲われて、殺されて食われてしまうでしょう。

船長は、折れます。航海士の主張に沿って南米を目指します。60日ほどで到着するだろう。食料も水も60日分ある。

ところが、南米沿岸に着くまでに90日以上かかってしまい、救出されたのは20人中8人でした。ボートには、人骨が数体分残っていました。

当初ボートの目的地としての選択肢があがっていたマルケサスやタヒチ。人食い人種がいるからということでオプションからはずしたのですが、それは事実ではなかったのです。人食い人種はいなくて安全だと言う情報が記載された本が数冊出版されていました。ただ、エセックス号の人間は誰も知らなかったのです。

このことを知っていれば、全員が助かっていてもおかしくなかったのです。まさに、生死を分けた情報だと言えます。

捕鯨の知識は持っていた、しかし地理の知識は不十分だった。私たちから見れば、地理も捕鯨の知識のうちだろうと思うのですが、エセックス号の人たち、ナンタケット島の人たちはそうは考えなかったのです。

どこまでが、必要な情報なのか、知識なのか、それを知るのは困難なことかもしれません。しかし、自分の仕事に関して言えば、狭くなりすぎないように心がけなければいけないでしょう。

このエセックス号の話は『復讐する海 捕鯨船エセックス号の悲劇』という本に詳しく描かれています。捕鯨の当時の状況が詳しく書かれていて興味深いです。乗組員の報酬の計算方法なども分かります。また、リーダーシップについても学ぶことが多いです。たとえば、緊急事態では、リーダーは、民主的な手続きを取ってみんなの意見を聞くよりも、独断した方がよい結果が出るなどです。

エセックス号では、船長の操船ミスで出航直後にすでに一回失敗しています。その引け目もあり、島に行こうという自分の意見を押し切れなかったのでしょう。多くの犠牲者を出してしまいました。また、船長に向いていない性格であったということもあるようです。