アンノウンマーケティングとは?

- **アンノウンマーケティングとは?**
  - 個人情報を取得できていないリードに対するマーケティング法
  - ターゲット:問い合わせや資料請求をしなかったWebサイト訪問者（アンノウンユーザー）
  - 目的:アンノウンユーザーの個人情報を取得し、顧客として育成
- **アンノウンマーケティングの背景**
  - 従来:個人情報を取得できているユーザーにアプローチ
  - デジタルテクノロジーの発展により、個人情報がわからないユーザーに対しても効果的にアプローチ可能
  - アンノウンユーザーへの注目が高まる
- **アンノウンマーケティングの役割**
  - リードジェネレーションの効率化
    - アンノウンユーザーから個人情報を取得し、リードとして育成
  - 機会損失の削減
    - 問い合わせをしなかったユーザーにもアプローチすることで機会損失を減らす
  - 顧客育成
    - 適切なアプローチを行い、アンノウンユーザーを顧客として育成
- **アンノウンマーケティングの具体的な施策**
  - リターゲティング広告
    - サイト訪問後もユーザーの行動を追跡し、サイトに呼び戻す
      - 行動追跡方法
        - クッキーを活用
        - IPアドレスのトラッキング
        - ユーザーアカウントを作成してログイン情報を利用
      - 分析と戦略
        - ユーザー行動データを収集
          - ページ訪問履歴
          - クリック数や滞在時間
        - 行動パターンの分析
        - 目標設定
        - リターゲティング戦略の構築
      - サイトに呼び戻す方法
        - パーソナライズされたEメール
        - リターゲティング広告
        - プッシュ通知
        - セールや特別オファーの案内
        - ターゲットに合わせたコンテンツの提供
      - 重要なポイント
        - ユーザーのプライバシー保護を考慮
        - 魅力的なリターゲティングコンテンツを提供
        - タイミングと頻度の調整が重要
        - ターゲットセグメンテーションによるアプローチ
      - 成果評価
        - クリック率
        - 再訪問率
        - コンバージョン率
  - コンテンツ作成
    - 有益なコンテンツ（ブログ記事、ホワイトペーパー、動画など）を提供し、個人情報の提供を促す
      - 有益なコンテンツの種類
        - ブログ記事
          - 専門知識を共有
          - 実用的なヒントやアドバイスを提供
        - ホワイトペーパー
          - 深い洞察とデータを提供
          - 問題解決の枠組みを提示
        - 動画
          - 視覚的にわかりやすい情報
          - エンゲージメントを高める
      - 個人情報の提供を促す方法
        - メンバーシップ登録を要求
          - 特典や限定コンテンツの提供
          - メールアドレスや名前の入力を促す
        - アンケートの実施
          - パーソナライズされたコンテンツ提供
          - 興味や好みに合わせて情報収集
        - お試し期間の提供
          - 登録することで期間限定の特典を利用
          - 個人情報の提供が条件となる
      - 提供する価値
        - 専門知識や情報の鮮度
        - 問題解決や課題解明への貢献
        - 閲覧者の興味や関心に合った情報
        - 限定特典やサービスへのアクセス
      - 個人情報の重要性
        - パーソナライズされた体験提供
        - セキュリティとプライバシー保護
        - コンテンツの品質向上
        - マーケティング戦略の改善
      - 実践的アプローチ
        - 利用者に価値を理解させる
        - 透明性と信頼性の確保
        - インセンティブとバランスの取れた提案
        - データ保護と法的規制の遵守
  - ポップアップ表示
    - 資料請求やメールマガジン登録を促すポップアップを表示
      - 資料請求やメールマガジン登録を促すポップアップを表示:
        - ターゲットオーディエンスを明確にする:
          - ペルソナ（Persona）設定: 年齢、性別、職業、興味関心など
          - データ分析を活用: 過去の行動履歴や嗜好から分析
        - ポップアップの目的を定める:
          - 資料請求や登録の具体的な目標を設定
          - 目的達成のKPI（Key Performance Indicators）を設定
        - デザインとコンテンツの最適化:
          - カラーパレットとフォントを選択: 目立つ色彩と読みやすいフォント
          - 強力なコピーライティング: 問題解決や価値提供のメッセージ
          - 魅力的な画像や動画: 視覚的に訴求力のあるコンテンツ
        - タイミングと頻度の最適化:
          - 行動トリガーの設定: ユーザーの行動に応じた表示
          - 適切な表示頻度: 過度な表示回数を避ける
        - ABテストと改善サイクル:
          - 複数バージョンのポップアップをテスト: クリック率やコンバージョン率を比較
          - 分析結果を元に改善: 成果を最大化するための修正
  - プッシュ通知
    - リアルタイムで情報提供し、ユーザーの関心を維持して再訪問を促す
      - リアルタイムで情報提供 (Real-time Information Provision)
        - **Content Updates:** コンテンツを定期的に更新して新しい情報を提供する
        - **Social Media Monitoring:** ソーシャルメディアを監視して最新のトピックスを追跡する
        - **Live Chat Support:** ライブチャットサポートを提供してリアルタイムで問題を解決する
      - ユーザーの関心を維持 (Maintaining User Engagement)
        - **Personalized Content:** パーソナライズされたコンテンツを提供して関心を引き続ける
        - **Interactive Tools:** インタラクティブなツールを導入してユーザーを参加させる
        - **Email Marketing:** メールマーケティングを活用して定期的にコンタクトを取る
      - 再訪問を促す (Encouraging Return Visits)
        - **Exclusive Offers:** 限定オファーや特典を提供して再訪を促す
        - **Feedback Loop:** フィードバックを取り入れて改善を継続し、ユーザーをサポートする
        - **Rewards Program:** リワードプログラムを設けて忠誠度を促進する
  - チャットボット
    - リアルタイムでコミュニケーションを取り、質問に回答し資料請求を促す
      - リアルタイムでコミュニケーションを取り、質問に回答し資料請求を促す
        - **リアルタイムコミュニケーション**
          - 積極的かつ迅速な対応*
            - 迅速なレスポンスで信頼構築
            - オープンなコミュニケーションプラットフォームの選択
          - 理解と共感*
            - 質問に対する理解を示す
            - 共感を伝えることで関係性構築
        - **質問に回答**
          - 的確かつ明瞭な回答*
            - 簡潔かつ具体的な情報提供
            - 細かい質問にも丁寧に回答する姿勢
          - 適切なフォローアップ*
            - 質問者のニーズや興味に合わせた追加情報提供
            - 追加の質問にも迅速に対応
        - **資料請求を促す**
          - 明確な案内*
            - 資料提供手続きの説明
            - 資料請求の利点や価値を強調
          - 簡単な手続き*
            - オンラインフォームやリンクを提供
            - 促す言葉選びで行動を促進
- **アンノウンマーケティングの実例**
  - ECサイトのリターゲティング広告
    - 離脱したユーザーに再度広告を配信し、再訪問率とコンバージョン率を高める
  - SaaS企業のコンテンツマーケティング
    - 有益なコンテンツを提供し、資料請求数を増加させリードを獲得
  - 教育機関のポップアップ表示
    - ポップアップで資料請求やオープンキャンパスの申し込みを促し、問い合わせ数を増加させリードを獲得
- **アンノウンマーケティングのステップ**
  - ユーザーの閲覧履歴データの蓄積
    - データ収集ツール（Googleアナリティクス、Googleサーチコンソール、ヒートマップツール）を使用
    - 収集データ: 来訪チャネル、閲覧ページ、ページ内の注目箇所
  - 閲覧履歴をもとに仮説設定
    - データを基にアンノウンユーザーのニーズや関心を仮説
  - ユーザーとコミュニケーションを取る
    - リターゲティング広告、プッシュ通知、チャットボットを使用し適切なメッセージを送信
- **まとめ**
  - アンノウンマーケティング:個人情報を取得できていないリードに対する効果的なマーケティング法
  - 効果:リードジェネレーションの効率化、機会損失の削減
  - 具体施策:リターゲティング広告、コンテンツ作成、ポップアップ表示、プッシュ通知、チャットボット
  - ステップ:データ蓄積、仮説設定、ユーザーコミュニケーション