

2005/2/22

第5回 Eビジネス研究所 BizMarketingアカデミー

企業のための アフィリエイト活用セミナー

CMでは売れなくなった時代の
注目マーケティングツールは
アフィリエイト

合資会社モリタ・デライト

代表 Eビジネスライター 森田 慶子

アフィリエイトの効果的な目的は 見込み客・新規顧客獲得

- 「売上アップ」は広告などマーケティングの目的にあらず。目的は「どうやって」の部分に
- コピーライターの仕事は目的絞込みサポート
- 認知度アップ目的ならGoogle AdSense
- アフィリエイトの効果ある目的は、見込み客・新規顧客獲得

マス広告 vs アフィリエイト

- 「マス広告では売れない」理由「目的まちがい」
- 不景気の時代に企業が求める「具体的効果」
- 「購入の決め手は広告よりも口コミ」の時代
- 媒体不信：雑誌印刷部数と公称部数の差
- マス広告にはマス広告の意味と価値
- イメージと詳細情報それぞれの価値

アフィリエイト業務：やるべき運用業務

- レポートチェック
- アフィリエイトへのメール
- アフィリエイトのリクルーティング
- キャンペーン、上位者へのインセンティブアップなどのモチベーションアップ
- 休眠アフィリエイトの掘り起こし

ASP選択

- アフィリエイトの質と量
- 自社の予算と人材との関係
- オプション料金
- アフィリエイトとの接触の可・不可
- レポート画面などの使い勝手