

2005/6/29

第8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

流通チャネルとしての活用で
強力なビジネスツールになる
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

マーケティングツール導入目的の考え方

- 「マス広告では売れない」理由「目的まちがい」
- 「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
- 自社を、他社と比較して、深く知らなければ、目的は策定できない
- アフィリエイト導入効果は最低3カ月先と考える

アフィリエイトとマス広告

- 不景気の時代に企業が求める「具体的効果」
- マス広告にはマス広告の意味と価値
- おおぜいに伝えるべきことはマス、セグメントして伝えたいことはアフィリエイト
- イメージと詳細情報それぞれの価値
- 「アフィリエイトだけ」でなく、複数手法併用を

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
- 複数のASPを利用するメリットはどれだけ？