

新規客獲得

WEB媒体の活用

for潜在客

顕在客

ターゲット属性へのリーチ

- ・ SNSによる高精度ターゲティング
- ・ 専門WEBコンテンツへの出稿 など

購入検討者へのリーチ

- ・ 検索連動型広告
- ・ リマーケティング/リターゲティング など

① 表示回数（表示単価CPM）、クリック率CTR（クリック単価CPC）のチェック

自社コンテンツ

商材の詳細確認～  
予約・購入

- ・ キャンペーンサイト
- ・ ランディングページ など

② 予約・購入など  
成約・獲得CV  
（率CVR/単価）  
のチェック

サービスの購入

購入者情報の蓄積と応用

- ・ 購入者及び購入内容リストの蓄積
- ・ 次回以降の接点確保 など

フィードバック

- ・ ボトルネックの把握～次回新規客獲得施策への反映
- ・ 顧客リストからターゲット拡張。（カスタムオーディエンス等）

接点確保者へのコミュニケーション施策実施

既存客のリピーター化

顧客と親和性の高いSNS

既存客へ低予算でリーチ

- ・ ブランドの継続訴求
- ・ 新商品紹介
- ・ キャンペーン訴求
- ・ ファン化を狙ったユニーク訴求 など



※業種/ターゲットにより起用するWEB媒体・コンテンツは異なります。