

IT市場で弱者が強者に勝つための「デジタル」集客

マドック ランチェスターマーケティング

日本の成熟した市場で、如何にしてデジタル集客で勝つか！

ランチェスターマーケティングとは

自社の営業マンに頼らない、IT市場のなかで勝ち抜くための「デジタル」戦略になります。営業マンに頼らず、ホームページやメルマガ配信などの「デジタル」戦略を上手く活用できている会社は、日本では3割程度しかないとされています。マドックでは、前向きな「デジタル」戦略をお考えの中小企業をバックアップします。



ランチェスターマーケティングの内容



■ 広域戦 オウンドメディアの構築！

オウンドメディアとは、今持っている自社ホームページとは別に新しく自社メディアを立ち上げ、「積極的に情報を発信する場所」を作るコンテンツマーケティング手法です。会社の強みは1社1社異なるので、それぞれの会社にあったテーマを決定し、自社メディアでユーザーにとって本当に有益な情報を発信することでファンを作り、競合に負けない顧客の囲い込みを行います。



■ 接近戦 ランディングページの構築！

ランディングページとは、ひとつの商品やサービスに特化した一枚の長いウェブページのことです。商品説明からお客様の声、ベネフィット（お客様が得られるメリット）、お問い合わせフォームなどを分かりやすく1ページにまとめて掲載するため、ページ移動によるユーザーの離脱率を下げ、コンバージョン率を上げるというメリットがあります。



■ 確率戦 サーチエンジンマーケティングの構築！

サーチエンジンマーケティング (SEM) とは、検索エンジンから、ホームページやランディングページ (LP) への訪問者を増やすためのマーケティング手法です。サーチエンジンの検索結果上位に表示されるように工夫する「SEO対策」と、検索結果を画面に表示される「リスティング広告」の2つがあります。

● マドック ランチェスターマーケティングは

現代のIT戦略において、デジタル集客力 = デジタル効率 × デジタルコンテンツ数がライバル会社より、上回る必要があります。また、複数の顧客を対象に集客をおこなうには「サーチエンジンマーケティング」を利用して、顧客集客をおこなう確率戦が必要になります。マドックでは、どのような「デジタル」戦略がお客様に最適なのかを見極め、ライバル会社に勝つための集客サポートをします。



マドック ランチェスターマーケティングのお問い合わせはこちらまで