



知っておくべき
ビジネス用語

— 9日目 —



ビジネス/マーケティング用語解説

ビジネスを進めていく中で、わからない言葉や聞き慣れない言葉がたくさん出てくると思います。ここでは、最低限知っておいていただきたいビジネス用語を解説していきます。

1. リストマーケティング

2. リスティング広告

3. コンバージョン

4. クリエイティブ

5. KPI (Key Performance Indicator)

6. アウトソーシング

7. コンテンツマーケティング

8. コンバージョン

9. 3C分析

10. UGC

1. リストマーケティング

まずは、メールアドレスやLINEアカウント名など、自身のビジネスに興味のある見込み客リストを収集します。

興味を持ってくれた人が登録していますので、メルマガやLINE内でさらに信頼関係を築きセールスすることで、まったく知らない人へ売り込むより高い成約率が見込めます。

また、一度購入してくれた人は顧客リストとなり、信頼関係を持続させることで継続的な売上につなげることも可能。

わざわざ足を運ばなくとも、メールやLINEだけで顧客との関係を構築でき、集めたリストに対して一気にアプローチをかけられ、さらに仕組みを作れば販売まで自動化することが可能です。

2. リスティング広告

皆さんも日々、「ググる」「Yahoo!で検索」などという行動をしていると思いますが、その検索語句に対して検索結果に表示させることができる広告のことです。

通常、検索結果の1ページ目や上位に目立って表示させるには、時間や数々の施策が必要になりますが、費用をかけリスティング広告で出稿すれば、すぐにトップに表示させることも可能。

表示する内容も柔軟に変更することができ、クリックされると費用が発生する仕組みです。

検索連動型広告、またはPPC (Pay Per Click) とも呼ばれ、代表的なのは、Google広告やYahoo!広告です。

3.コンバージョン

コンバージョンとは、見込み顧客が、目標としているアクションを起こしてくれた状態のこと。最終的な成果発生のことを指す言葉で、CVとも略されます。

教材の購入を目標とするなら、購入されたらコンバージョン発生、リスト獲得を目標とするなら、1リスト獲得=1コンバージョンということになります。

4.クリエイティブ

クリエイティブとは、広告配信用に制作するコンテンツのこと。画像や動画・キャッチコピーや広告文で構成されます。

素通りしようとしている人の視線を止め、自分に関係がありそうだと興味を持ってもらう最初の入口となります。

5.KPI (Key Performance Indicator)

日本語では「重要業績評価指標」と呼ばれ、目標達成のために指標となる中間目標の位置づけになる。最終目標(KGI)を達成するために、まずはここを目指そうという数値。

主に短期間で結果としてわかる数値を設定することで、改善点や施策を打つ材料となります。

6.アウトソーシング

自社業務に必要な人材や技術を外部委託すること。

最近ではクラウドワークスやランサーズなどの、多種多様な業務を外部委託する企業が増えている。個人間でのやりとりも可能。

7.コンテンツマーケティング

自社製品についての価値あるコンテンツを見込み客に提供し続けることで、興味を惹きつけファンを増やし、最終的に購入へと繋げていく施策のこと。

ここで言う、スポーツ教材やあなたが持つUSPを発信することにつながります。

8.コンバージョン

Webサイト上での目標達成のことを意味します。

コンテンツ販売の場合、見込み客に対するコンバージョンは、入会（もしくは購入）になります。

広告を出稿した場合のコンバージョンは、リスト獲得になります。

LINEへお友だち登録をしてもらうことがコンバージョンになります。

9.3C分析

顧客を意味する「Customer」、競合を意味する「Competitor」、自社を意味する「Company」。これらを分析することを3C分析といいます。最初のリサーチがここに該当する部分になり、そこから先もライバルをリサーチしたり、見込み客をリサーチして分析することも指します。

10.UGC

UGC（User Generated Contents＝ユーザー生成コンテンツ）を意味します。わかりやすく言うと「口コミ」です。

良い商品をシェアしたり、口コミに書いたり、食べログなどは有名ですね。UGCを起こさせる仕組みも理解していくことが大事です。