



導入事例: 株式会社メンバーズ

SEO ツール「DoctorSEO」を導入していただいている株式会社メンバーズ様の担当者様にインタビューを行いました。

メンバーズ様は日々高度化複雑化する顧客企業のニーズに応じ、一貫したマーケティング戦略に基づき、インターネット・マーケティングに必要なあらゆるサービスをワンストップで提供しています。今回、サービス開発ディビジョン マーケティンググループの山田氏とプランニングディビジョン メディアグループ チームリーダーの大藤氏にお話を伺いました。



株式会社メンバーズ、サービス開発ディビジョン マーケティンググループ 山田加奈子氏(写真左)、プランニングディビジョン メディアグループ チームリーダー 大藤宗一氏(写真右)

株式会社メンバーズは19957年6月創業で、2006年11月に名古屋証券取引所セントレックス市場に上場しました。国内で初めて「インラクティブエージェンシー」という業態を打ち出し、インターネット広告やWebサイトのクリエイティブ、コンテンツ・システム開発・運用、各種ツールの導入、SEO およびこれらに関連するコンサルティングなど一部のサービスに偏ることなく、顧客企業のマーケティング分析・調査、戦略立案フェーズから企画、開発、運用、効果検証までのあらゆるフェーズに必要なソリューションをワンストップで提供している会社です。

株式会社メンバーズ様には2008年4月に「DoctorSEO」を導入させていただいている。



インタビュー日時：2008年4月25日 株式会社メンバーズ虎ノ門本社にて

1.メンバーズさんの事業内容を教えてください。

メンバーズは1995年設立された会社です。

事業内容としてはインターネットのサイトの構築とインターネット広告代理業が大きな主軸になっています。ネットマーケティングが大きな事業の核になっています。(山田氏)

集客からリレーションシップまでを手掛けています。サイト構築したばかりの時はお客様がいないので広告を打ちます。広告を打ってサイトに集客しても、繰り返し来てもらわないと意味がないのでリレーションシップをやります。人を呼んでくるための施策が必要なのでマーケティングのコンサルティング等もしています。(大藤氏)

2.山田さん、大藤さんの普段の業務内容と業務経歴を教えてください。

入社以来当社の広報、PR、マーケティングの業務を行っています。(山田氏)

私はSEM一筋でSEMを3年半業務として行っています。

主にリスティング広告(Overture、Google Adwords)の運用をやっています。(大藤氏)

3.メンバーズさんでうちだされている「インタラクティブエージェンシー」という業態について具体的にどんな業態なのか教えてください。

お客様の戦略立案からコンサルティング、調査、制作、運用、効果測定に至るまでの全ての施策、インターネットマーケティング、インターネット以外のマーケティングに携わる全ての施策を自社で行っています。

例えばどんなに良いWEBサイトを作っていても、集客が出来なければその良いサイトは活用されないです、反対に多くの集客を行っていても、ユーザーにとって良いサイトでなければ、ユーザーはさっさと離脱してしまいます。それぞれのお客様のニーズにあわせ、広告、集客施策、サイト構築、導線設計等、ベストなWEBマーケティング施策を立案、運用しています。

(山田氏)



4. 例えばサイトへ誘導するための屋外の看板広告などの代理店も手掛けられているのでしょうか？

屋外の看板広告に関しては基本的に総合広告代理店さんの業務です。

看板広告を出して Web サイトへ誘導してくるプランを考えるのがメンバーズの業務になります。

具体的なお話をすると、例えば媒体ごとのターゲット属性を考えて、ただ広告の出稿を増やすのではなくどういうアプローチをすれば効果的に集客でき、サイト間を移動してくれるだろうかを考えることです。

実は費用対効果が悪かったり、効果的ではない施策があつたりするので、それを実際に調査、分析、比較分析を行い、ユーザーの動向を把握してから戦略に落とし込み、事実を基に施策を行うのがインタラクティブエージェンシーの基本的な考え方です。(大藤氏)

5. インタラクティブエージェンシーの中での SEM とはどんな位置づけですか？

とても重要な位置づけです(笑)

リスティング広告に関してはクライアントのニーズを把握しやすい広告ですので弊社としては重要視しています。たとえば広告を打って集客する前に、どういったサイトを作ればいいのか、どういった広告を出せばいいのかが分かる重要な指標になります。(大藤氏)

6. メンバーズさんの SEM のサービスの特徴を教えてください。

通常リスティング広告は、獲得ツールというニュアンスで考えられてる方が多いかとは思うのですが、メンバーズでは調査、テストマーケティングツールとしてとらえています。もちろん費用対効果の高い集客ツールとしても考えています。

SEO に関しては費用対効果の高い魅力的な集客ツールとして考えています。しかし、SEO ありきで施策を考えると、特定の単体キーワードで検索数が多いからそのキーワードでサイトを上位にあげていこう、という発想に陥りがちです。すると他にもっと費用対効果の高い施策があるにも関わらず、盲目的な発想で SEO をしてしまうことになります。

メンバーズの特徴としてはリスティング広告をテストとしてとらえている点です。広告を始めるにせよ、SEO をするにせよテ스트マーケティングを行い、その結果からお客様のニーズに合致した施策を考えています。(大藤氏)



7.DoctorSEO の導入にいたるまでのプロセスを教えてください。

最初使ったきっかけとしてはクライアント様への提案の際に競合の調査をするために使わせてもらいました。(大藤氏)

8.現在はどんな形でご利用いただいているですか？

現在はソースの状況や難関キーワードでの競合の分析、俯瞰的に見ることができる競合比較のレポートを使って現在の状況をチェックしたり、施策を立案する際の元データとして使ったりしています。(大藤氏)

9.御社の中で PDCA サイクルというのはどれぐらいで回されているのでしょうか？

基本的にはKPIというものが存在していて、そこに対してPDCAを回しています。データ量によって一日一回であったり、一週間であったりする場合もあります。変動が激しいキーワードに関しては一日一回チェックしています。施策の変更に関しては一日一回変更するのは難しいので一週間に一回行っています。(大藤氏)

10.メンバーズさんの PR をお願いします。

メンバーズで力を入れているのは事実をどう捉えるかという観点です。

具体的には「ログから作るプランニング」を中心に力をいれています。

ログの状況からあるべき姿、つまり仮説を作ります。仮説を作って、方向性の仮説を作って施策の仮説を作って、その後に意思決定があります。意思決定があつたらその後に改善があつて施策の改善があつて、そこに伴って開発、運用がでできます。

事実をもとにPDCAサイクルを回していくというのが弊社の基本的な考え方です。(大藤氏)



(写真)株式会社メンバーズ虎ノ門本社エントランス



(写真)株式会社メンバーズ虎ノ門本社エントランス



株式会社メンバーズ会社概要

■会社名: 株式会社メンバーズ (<http://www.members.co.jp/>)

■代表者: 剣持 忠

■所在地:

本社: 東京都港区虎ノ門 1-2-8 虎ノ門琴平タワー

支社: 大阪府大阪市淀川区西中島 3-23-15 セントアーバンビル 3F

■設立: 1995 年 6 月

■資本金: 771,275 千円

■事業内容:

マーケティング戦略立案、市場調査・ネットリサーチ、ウェブコンサルティング、オンライン広告、プロモーション、モバイルソリューション、CRM、メールマーケティング、ログ分析・ユーザー行動解析、マーケティング効果解析

株式会社ジーネットワークス会社概要

■会社名: 株式会社ジーネットワークス (<http://www.gnetworks.co.jp/>)

■代表者: ノザワ・グロリア

■所在地: 東京都港区芝 4-13-3 エフアイビル 9F

■設立: 2004 年 11 月

■資本金: 1000 万円

■事業内容:

SEO ツール「DoctorSEO」(<http://www.doctorseo.jp/>)、SEO ツール BOX(<http://www.seotoolbox.jp/>)、SEO・SEM 等の Web マーケティング業務、多言語翻訳(<http://www.tekiyaku.net/> 英語、ポルトガル語、スペイン語、ドイツ語、フランス語、イタリア語、中国語、韓国語等)