

9.【集客の型】マーケティングファネルを理解する

マーケティングフレームワーク

●AIDMA

見込み客

↓

A(認知)

I(関心)

D(欲求)

M(記憶)→欲しいと思ったら一度記憶へ

A(行動)

↓

ゴール

●AISAS

A(認知)←↑

I(関心) ↑

S(検索) ↑

A(購入) ↑

S(共有)→↑

share→WEBが広がったからこそ、オススメする文化

●マーケティングファネルを考えてみる

(WEBスクール)

見込み客

A)Twitter、YouTube

I)↓

D)ブログ、ライティング

M)↓

A)特典で購入を促す

(BtoBコンサル)

見込み客

A)YouTube

I)↓

D)ブログ

M)メルマガ

A)zoom商談へ

(アフィリエイト)

見込み客

A)ブログ内で認知

I)↓

D)↓(Dまでしかできない)

M)広告主商品販売ページ

A)↓

- まとめ
- ・AIDMA、AISASから顧客の流れを考えましょう
- ・認知を「欲しい」「買う」に結びつけるのがマーケティング