

9.売上最大化のマーケティング方程式

●売上を最大化する方程式

$$\blacklozenge \text{ 売上} = \text{客数} \times \text{単価} \times \text{期間(回数)}$$

$$\blacklozenge \text{ 単価} \times \text{期間(回数)} = \text{LTV(生涯顧客単価:Life Time Value)}$$

客数を優先してしまう人が多い
単価やリピート(回数)は減るとビジネス的に良くない
LTVを高めた後に客数を増やすこと

※美容品の例)

$$\text{LTV} = 5000\text{円} \times 5\text{回} = 25,000\text{円}$$

$$\text{単価} \times \text{期間(回数)} \times \text{客数}$$

●単価を最大化するには？

- ・提供価値を高める
(作業を売る？提案を売る？)
- ・顧客の選定
(法人に売る？個人に売る？)
- ・差別化
(例:美容院特化のWebマーケター)
- ・ブランディング
(感じる価値を高める)

●期間(回数・リピート)を高める施策事例

新規顧客獲得はリピートの6倍コストがかかる

- ・提供価値を高める
(必要性を感じてもらおう)
- ・サービス設計
(単発制作？長期コンサル？)
- ・クロスセル
(違う商品売る)
サイト制作をしたうえで違う商品売るなど
- ・クーポン、友達紹介

●客数を最大化するWebマーケティング方程式

集客数を高めるためには？

$$\text{集客数} = \text{PV} \times \text{CTR} \times \text{CVR}$$

CV(コンバージョン、集客数)

PV(アクセス数)

CTR(商品ページクリック率)

CVR(成約率)

PV

↓10,000人→1,000人(CTR=10%)

商品ページ

↓1,000人→40人(CVR=4%)

購入

CTRの改善例

- ・商品リンクのボタン
- ・商品バナーの変更

CVRの改善例

- ・セールスライティング
- ・特典の添付

●マーケティング方程式の活用例

例)1商品(1万円)販売に必要なYouTubeの視聴回数は？

YouTube視聴回数

↓CTR=3%(1,111人→33人)

商品ページ

↓CVR=3%(33人→1人)

成約

CTR、CVRも3%が平均的。

・CTR、CVRから逆算して考える

・1CV=1,111人視聴

→50万円稼ぐなら...

55,550回視聴必要

・CVR3%→6%で、

50万円→100万円。

・CTR3%→6%で、

100万円→200万円。

- まとめ

- ・売り上げ最大化 = 客数 × 単価 × 期間 (回数)
- ・むやみに単価を下げない (LTVを上げる努力をする)
- ・Web数客数 (CV) = PV × CTR × CVR
- ・売り上げ = 単価 × 期間 × PV × CTR × CVR
- ・因数分解すると、施策が立ちやすい