

## INDEX

- ◎ 再度重要なお知らせ
- ◎ デジタルマーケティングの始め方
- ◎ 書評
- ◎ スタッフ紹介
- ◎ あとがき

## ごあいさつ

こんにちは。まずはわずかでもドットワン通信を楽しみにしていただいております方へ発行が滞ってしまったこと、深くお詫び申し上げます。さて、当初は「東京工販&ドットワン通信」として5月よりご送付させて頂く予定でしたが、お伝えしたいことが違ってしまうため、再度ドットワン通信として送付させていただくこととなりました。また東京工販のお客様である方は、別途「東京工販通信」もお手元にお届けさせていただいております。それぞれ独立したコンテンツをご用意したいところですが、まだ私一人が書いている状態ですので、重複した内容も含まれてしまいます。ご容赦ください。引き続きどうぞよろしくお願いいたします。

## 再度重要なお知らせ



ドットワン通信を御覧頂いている皆様に変重要なお知らせがございます。

先日、私、木村太一が東京工販株式会社の専務取締役として就任したことをご報告させていただきましたが、諸事情ありましてドットワン合同会社の事務所は以前と同じく昭島市に戻ることとなりました。私は、立川と昭島を行ったり来たりしております。

まずは略儀ながら、書中をもってご通知かたがたご挨拶申し上げます

## デジタルマーケティングの始め方

デジタルの分野で「志」ある中小企業を支援する、といった事業理念のもと、ホームページ制作サービスを提供させていただき、ありがたいことにたくさんのホームページを作成させていただいております。

しかし、まだまだ不満があります。ホームページは道具です。それを活用していただかないと効果が出ません。チラシで例えると、カッコいいチラシはつくったけど、撒かないと効果が無

いように、ホームページも作っただけでは駄目で、企業のマーケティング活動の一部として機能させなければなりません。

今後、どのようなサービスを展開する事業者でも、インターネットを使ったマーケティング活動を余儀なくさるでしょう。

中小企業庁が行ったアンケートをまとめた「最近の中小企業・小規模事業者政策について（平成30年4月）」の資料にて、ITへの投資を実施したところとしていないところで、2倍前後の売上高の差がついていることがわかります。（次ページ資料参考）

せっかくご縁があり弊社と関係を頂いた皆様には、是非、今からDX、特にデジタルマーケティングを始めていただき、売上を伸ばしていただきたい。そんな思いを込めて数回に分けてデジタルマーケティングの基本をご案内させていただきます。

## カスタマージャーニーとは

思い返して見て下さい。貴方が最後にした大事な買い物のことを。車を買った、ベビーカーを買った、友人へのプレゼントを買った、ゴルフクラブを買い替えた、パソコンを買った、家族旅行の為に宿を探したなどなど。おそらく貴方は商品やサービスを購入する前に、インターネットのレビュー（口コミ）を読んだり、

## (20) IT化の現状

- IT投資を積極的に行う中小企業の方が、売上高・売上高経常利益率の水準が高い。
- 中小企業においては、ITを活用した効率化が遅れている状況であり、チエ、ヒト、モノ、カネの不足が課題。

図1 業種別に見たIT投資と業務実績の関係

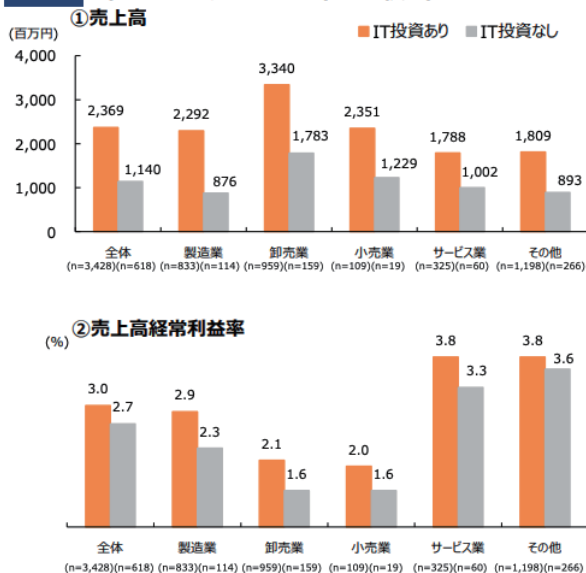
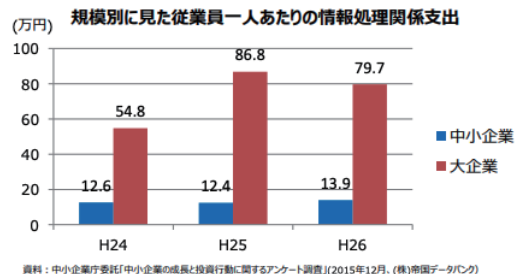
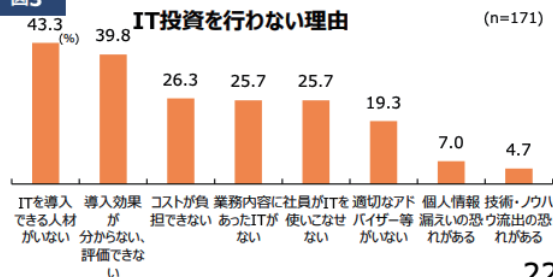


図2



資料：中小企業庁委託「中小企業の成長と投資行動に関するアンケート調査」(2015年12月、(株)帝國データバンク)

図3



22

Facebook や Instagram などの評価を見たり、LINE で友人、知人や家族から意見を聞いたり、ホームページで特徴やオプション、価格などを懸命に調べたりしているはずですが。昨今は、購入も、その意思決定も、オンラインで行われることが非常に増えています。また、個人的な買い物に限らず、企業間で取引を始めるかどうか検討する際には相手の会社のホームページを検索、閲覧しますよね。

ですので、事業者としてこの傾向をうまく利用するには、有形無形関わらず、ネット上の存在感が必要になります。

### マーケティングの本質はデジタルでも変わらない

マーケティングってよく聞くけど、どういう意味？と思われる人も多いでしょう。意味が広すぎるので、ここでは「見込客や顧客と互いに有益な関係を構築すること」とします。単なる販売活動では無いということに注意して下さい。

そういった、互いに有益な関係を築いていく過程をカスタマージャーニーと呼びます。和訳して

「顧客がたどる旅程」とするとイメージしやすいでしょうか。

結婚に例えると、知り合って（認知して）デート（情報収集・比較検討）して、プロポーズ、結婚（契約）して、離婚せずに生活を送る（リピート）といった感じです。

カスタマージャーニーは現在顧客がどのフェーズにいるのか意識して、提供するコンテンツやサービスを考えます。

出会ってすぐの人に結婚を申し込んでも、まず断られます。連絡先の交換やお茶をみましょうから始まりますよね。

デジタルを使ってたくさんの人と関係性を持れば、必然的に売上向上につながりますよ、という話がデジタルマーケティングです。

次回もお楽しみに！



### 今号の「書評」

帯のとおり「イモトのWiFi」「にしたんクリニック」などを運営する、エクスコムグローバル株式



会社の西村社長の著書。電車に乗った際に、ドア付近の広告をみて面白そうと思ったこと、様々なところのランキング1位に惹かれて購入してしまいました。Amazon があるせいで、気になった本はすぐを買ってしまうので、どんどん増えてしまっしょうがないです。。

さて、こちらの本面白いです。自伝風なのでサクサク読めます。ポイントは2点「知名度」と「スピード」。いかに知名度を上げるか、スピード感をもって行うか、あとはそれをどうやって実施してきたかを自分の体験とともに書いてくれています。

私が印象に残ったのはパレートの法則により2割できたら、物事はだいたい完成しているといった考え方です。特にWEB 関連のサービスを扱っているといつまでも完成はありません。2割がたサービスの内容が決まったら、すぐにリリース。駄目だったら撤退。撤退の仕方が難しいかも知れませんが、スタート時にここまで駄目だったら撤退と決めておけば、ずるずると続けてしまうことも無いでしょう。ネット界の帝王 Google もたくさんサービスを出して、たくさん撤退しています。わかっているけど二の足を踏んでしまうことがたくさんあるので、どんどんサービスをリリースしていきたいと思います。

終盤の著者の幼少期の話も読み込んでしまいます。これを読んで西村社長、ひいてはエクスコムグローバルに親近感を覚えるのもうまいなあと思いつつ、同社が提供しているサービスを私が必要としたら同社を選ぶでしょう。

ビジネス書として参考になることはたくさんあるので、買って置いて損はない書籍です。

**最強知名度の作り方 売上98% 減からのV字逆転を実現した必勝術**

西村 誠司 ( 著 )

おすすめ度：★★★★☆



## スタッフ紹介

クリエイティブ事業部

WEB アシスタント



## 根立 奈津美 (ねだち なつみ)

初めまして。クリエイティブ事業部の Web アシスタントの根立 (ねだち) 奈津美と申します。

僭越ながら自己紹介させていただきます。

私は今まで Web 業界にいたわけではなくアパレル業界におりました。

主に型紙を作成するパタンナーとして10年ほど勤め、デザイナーのイメージするものとお客様の求めるもの、そしてコストなどを合わせて具現化するという仕事がとても楽しく、今思い返すとよく上の方と衝突しながら...数字に揉まれたりと色々な経験をさせていただきました。

その中で、二人目の出産や引っ越し・そしてコロナを機に、新たな業界でチャレンジしていきたいと思いドットワンを志望致しました。

業界は違いますが、形は違えど最終的にお客様に喜んで頂けるものを提供することはどの業務にも通づるものがあるなど日々感じています。

新しい世界の刺激を受けながら、どんどんとはまっていっている所です。

絵を描くのが (特に人とか顔とか) 苦手で、な

のに服飾の専門学校へ行きました。

大丈夫かな～と思いましたが、デザインすること自体や構成していく、チームで作り上げていくということが好きで最終的にパタンナーという仕事もそれを活かせる仕事だったかなと思います。

趣味というか、なんだかんだ時間を惜しまずにはまってしまうことは、服飾の専門学校を出ていることもあり、友人のウェディングドレスを頼まれて作ったり衣装を作ったりハンドメイドの作品を売ったりと何かを作ったりするのがプライベートでも好きなようです。

でも洋服のボタンが外れても縫うのはかなり、あまりにも腰が重いので自分では趣味という感じはしていません。

写真を撮ったりするのも好きで、友人とデジタル写真集を作ったこともありました！

お客様とのかかわりの中で、わかりやすくスピード感をもって業務にあたりたいと思っています。

どうぞよろしくお願いいたします。

<木村より>

根立さんにはウェブ制作業務のアシスタント業務をお願いする予定でしたが、以前の会社でも広報的な業務をされていたこともあり、今は SNS 活用、特に Instagram の運用について知見を深めてもらっています。

現在はひとくりに「ネット」といっても、ネットの世界の中に各メディアが形成されています。リアルでいうと新聞や雑誌、テレビ、ラジオと様々なメディアがあるように、ネットの世界の中にもたくさんのメディアが出来上がっています。

少し前までは Google 検索がネットの入り口でしたが、今は youtube や SNS など検索される方も多く、検索方法が多様化しています。

検索方法が多様化すると人の流れが変わります。お店を出すなら、たくさん人が集まるところにお店を出したほうがよいでしょう。今後は自社

がインターネット上でどの様に見えているのか？といったことも重要になってきます。

だいぶ話がそれてしまいましたが、根立さんは、とても自発的に業務に向かってくれる方で大変助かっています。

ドットワンは基本的には野放しというか、大枠の進みたい方向は伝えますが、やり方については各自の考えを尊重して業務をお願いしているので、社風にはフィットしているかと思っています。

皆様には Instagram 活用の分野でお手伝いできるかと思しますので、どうぞよろしくお願いいたします。

さらなる活躍をご期待ください。

## あ・と・が・き

- 文化の違うものが一緒になるのはなかなか難しい。個人間で言えば、結婚。企業でいうと合併や統合。文化の違いで国同士でも争うので難しいのはあたりまえですね。学ぶことが多いです。
- 東京工販通信を別途作成しておりますが、流石に2種類の発行はしんどく、コンテンツが重複してしまってます・・・。
- 小さな社会貢献として「子供が売られない世界をつくる かものはしプロジェクト」に寄付継続中です。



代表者プロフィール

木村 太一 (Kimura Taichi)

1979年8月9日生まれ 東京都日野市出身

日本大学第二高等学校 卒業

日本映画学校 (現日本映画大学) 卒業

家族構成：妻と娘3人

趣味：ゴルフ 筋トレ

・東京稲城ロータリークラブ 会員

・カッコいい資格は持ってません。正直、元気、やる気、親身が取り柄です。

出版・編集

ドットワン合同会社

電話 :042-519-6960 / FAX:042-533-5421

〒196-0001 東京都昭島市美堀町 5-16-22-302

URL: <https://dot1.tv> e-mail: [info@dot1.tv](mailto:info@dot1.tv)

配信停止について

このニュースレターでは、すぐに役に立つ情報アドバイスを提供していますが、本ニュースレターがご不要な場合は上記連絡先まで、ご連絡ください。

免責事項

このニュースレターでは、すぐに役に立つ情報アドバイスを提供していますが、本ニュースレターで提供された情報、およびアドバイスによって発生した問題に関しましては一切、当方やライターに責任や義務は生じません。読者はここでの情報を参考に下した判断や行動は、全て各人自身の責任となります。