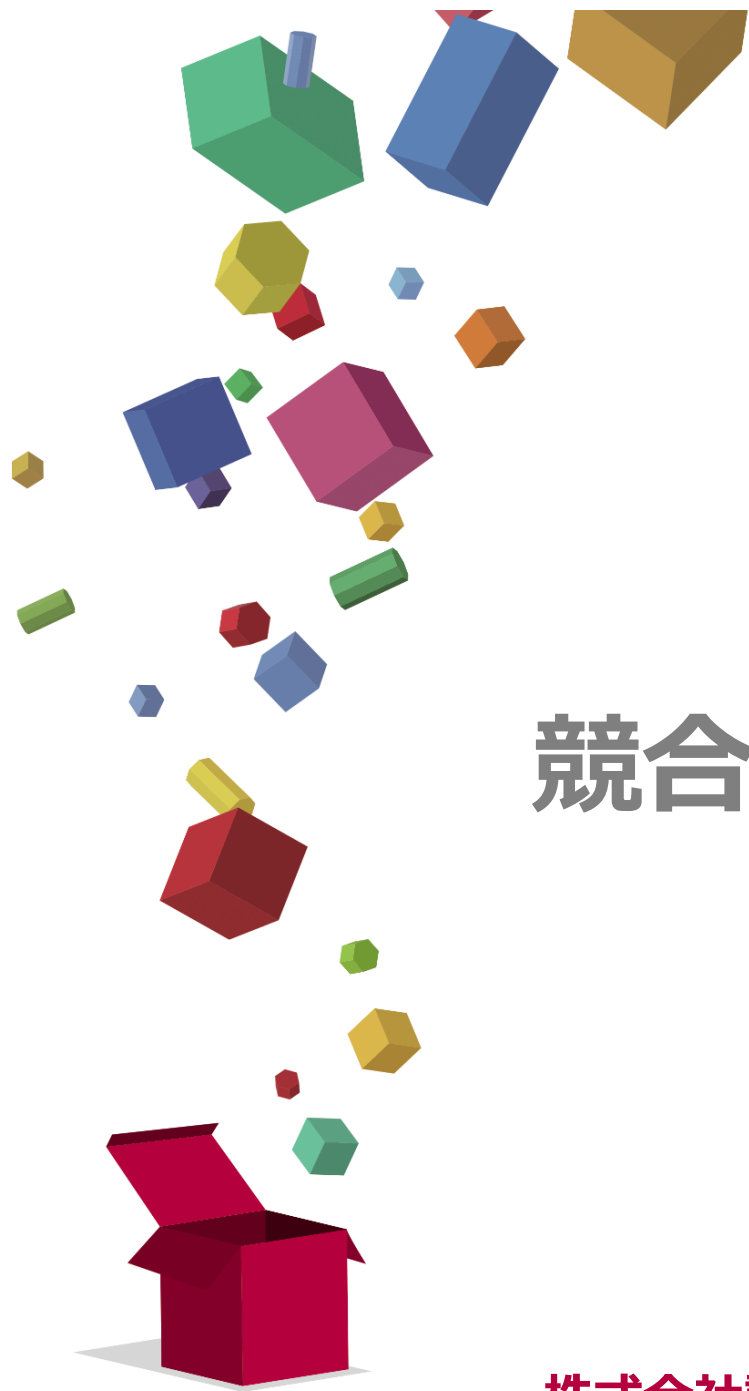


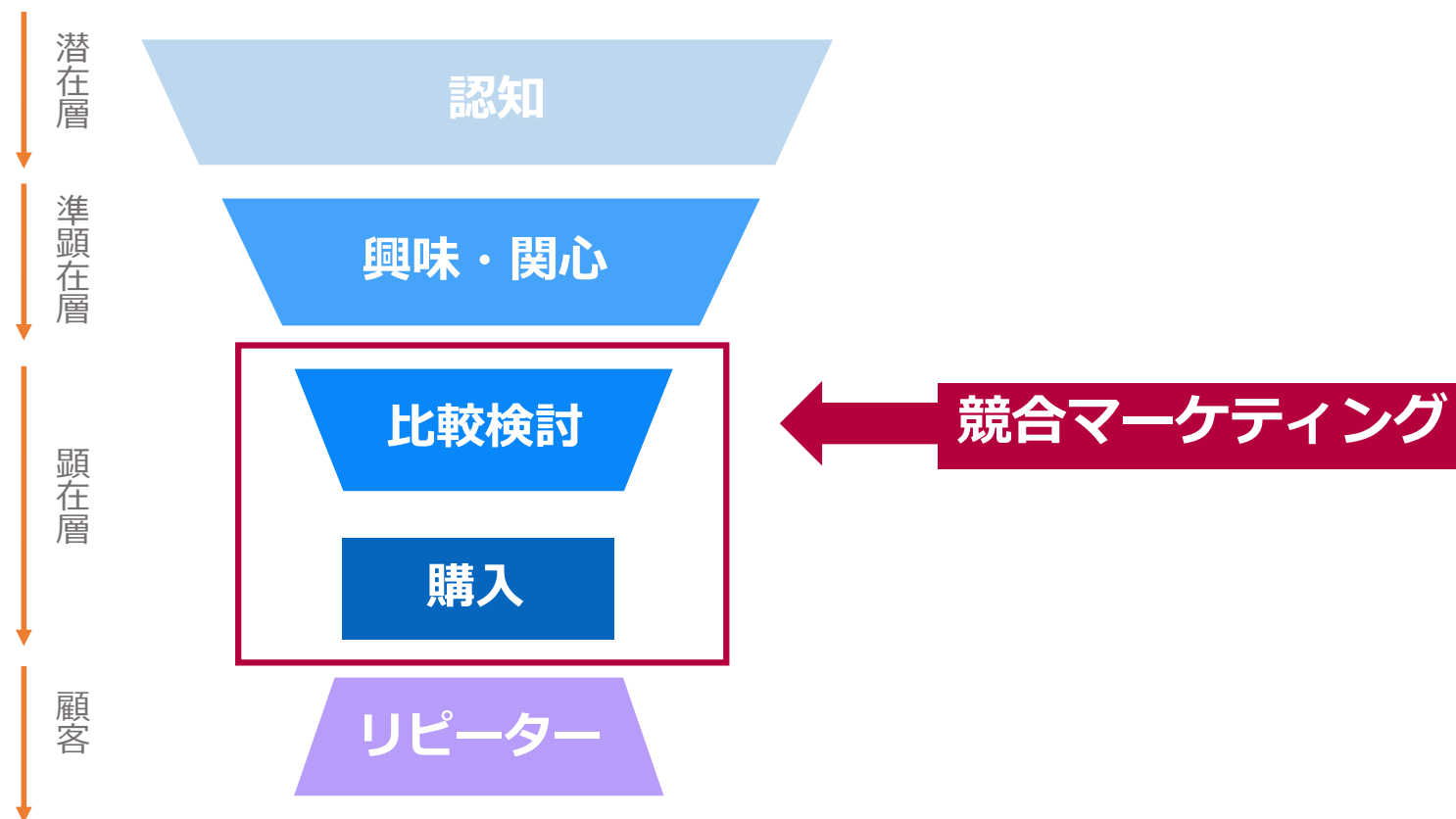


競合マーケティングの紹介

株式会社読売エージェンシー 2020.12

競合マーケティングとは？

すでに需要が潜在化しており、他社の情報を収集している段階の顧客を狙うことで、アクションへの距離が短い広告展開ができ、**効率よく集客することが可能**です。
また、リターゲティングと違い、本紹介施策単体でも実施可能です。



1

攻撃と防御の両立

競合の顧客にアプローチしつつ、自社の顧客が競合にスイッチするのを防ぐ役割がある。

2

高い集客効率

競合が獲得した見込み顧客を誘導するため、自社サイトへの誘導率や成約率を伸ばせる。

3

柔軟性のある対応

予算、ビジネスモデル、目的に応じた競合マーケティングをご提案可能。

① サイト競合マーケティング

- 競合サイトのURLやKWを元に、競合に興味があるユーザーに対して、バナー広告を表示し、そのユーザーを自社にスイッチングさせることを狙う

② 店舗競合マーケティング

- 競合の店舗を訪れたことのあるユーザーに対して、バナー広告を表示し、そのユーザーを自社にスイッチングさせることを狙う

③ 採用競合マーケティング

- 同業他社の従業員に対して、自社へ転職するメリット等を訴求し、転職を促すことを狙う

サイト競合マーケティング

サイト競合マーケティング概要

GoogleやYahoo! のデータを元に、競合サイトや競合名などに興味があるユーザーに対して、バナー広告を表示し、その**ユーザーを自社にスイッチングさせる**ことを狙う。

ー配信の仕組みー

▼ターゲット



どのユーザーがどのサイトやKWに興味があるかGoogle・Yahoo!がデータを蓄積



ターゲットが約8,000万あるGoogle・Yahoo!提携サイトを閲覧



ユーザーがページを閲覧している際にバナー広告を配信



- ・他社との比較を明確にしたバナー（+LP）を制作し、自社へ引き込む
- ・配信するには一定のボリュームがあるサイトやKWで設定
- ・配信は効果に合わせて自動最適化される

※指定したURLやKWに興味があるユーザー数が少なすぎると配信できない場合があります

サイト競合マーケティング活用例

活用方法A

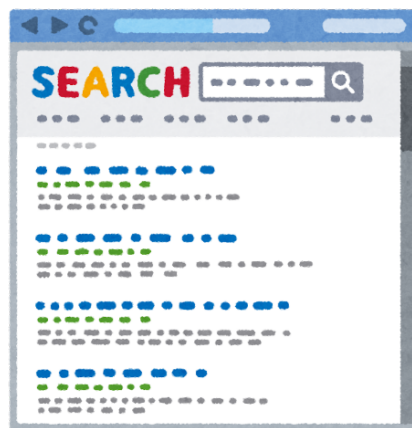
競合企業に興味があるユーザーへアプローチ



アプローチするユーザーがすでに顕在層の可能性が高く、明確な差別化ができれば、自社の顧客にできる。

活用方法B

ビックキーワードやその検索上位10位までを指定して配信



狙いたいKWを検索しているユーザーには、まだ比較検討層が多数いる可能性が高いため効率的にユーザーへアプローチできる。

活用方法C

競合企業の採用サイトやKWを指定し、自社エントリー志望者を増やす



ページ単位でURL指定可能なため、採用サイトのURLや社名などを指定して、リクルート対策として競合に興味があるユーザーを狙った配信も可能。

費用概算

【配信】

媒体：Google・Yahoo!

課金：クリック課金（入札制）

費用：300,000円～

期間：任意の1カ月～

【制作】 ※素材支給・原稿支給の場合

■ バナー

費用：新規デザイン1案10,000円～ / リサイズ1本3,000円～

期間：要件定義から1週間前後

■ ランディングページ

費用：1ページ 250,000円～

期間：要件定義から1カ月前後

予算と指定企業をいただければ、掲載シミュレーションが可能です。
お気軽にお問い合わせください。

店舗競合マーケティング

店舗競合マーケティング概要

スマートフォンの位置情報データを元に、競合の店舗を訪れたことのあるユーザーに対して、バナー広告を表示させることで、その**来店ユーザーを自社にスイッチングさせる**ことを狙う。

ー配信の仕組みー

▼ターゲット



どのユーザーがどこにいたかをGPSなどの位置情報を元にデータを蓄積



指定した住所の周辺にいたことがあるユーザーをターゲティング



ターゲットがアプリを閲覧している際に広告でバナーを配信



- ・他社との比較を明確にしたバナー（+LP）を制作し、自社へ引き込む
- ・レポートは住所をまとめたグループごとに集計が可能（最大10グループ）
- ・配信は効果に合わせて自動最適化される

※指定した住所の訪問者数が少なすぎると配信できない場合があります

店舗競合マーケティング活用例

活用方法A

競合店舗の住所を指定して配信



アプローチするユーザーがすでに顕在層の可能性が高く、明確な差別化ができれば、自社の顧客にできる。

活用方法B

コンサル型店舗の住所を指定して配信



まだ比較検討層のユーザーが多数いる可能性が高いため効率的にユーザーへアプローチできる。

活用方法C

競合店舗を指定し、自社への転職を促す



保育士、看護師、薬剤師、介護士など、特定の店舗で勤務することが明確な職種や飲食店のアルバイト募集など、リクルート対策としても活用可能。

【配信】

媒体：Geologic

課金：クリック課金@150円

費用：50,000円（約333クリック分）～

期間：任意の期間

【制作】 ※素材支給・原稿支給の場合

■ バナー

費用：新規デザイン1案10,000円～ / リサイズ1本3,000円～

期間：要件定義から1週間前後

■ ランディングページ

費用：1ページ 250,000円～

期間：要件定義から1カ月前後

採用競合マーケティング

採用競合マーケティング概要

同業他社の従業員に対して自社へ転職・就職することのメリット等を訴求した
バナー広告を出すことで転職を促しその**競合の戦力を割きつつも自社の戦力を増強**することを目指す。

ー配信の仕組みー

▼ターゲット



企業のIPアドレスを元に、
指定した企業からアクセ
スしている人を判別



指定した企業のPCからサイ
ト閲覧している人をターゲ
ティングし、広告を配信



クロスデバイス機能によ
り、通勤や自宅でのス
マートフォン利用時にも
広告を配信



- ・他社との比較を明確にしたバナー（+LP）を制作し、自社へ引き込む
- ・どの企業からどれくらいクリックされたかがわかる企業配信レポートを提出可能
- ・「〇〇企業の方へ」というパーソナライズドバナーの配信もできる

※指定した企業の従業員母数が少なすぎると配信できない場合があります。
※指定企業への配信が必ず可能とは限りません。具体的な配信設計はご相談ください。

費用概算

【配信】

媒体：ADMatrix

課金：CPM課金（入札制） ※1000回表示された際に課金する仕組み

費用：900,000円～

期間：任意の1カ月～3カ月

【制作】 ※素材支給・原稿支給の場合

■ バナー

費用：新規デザイン1案10,000円～ / リサイズ1本3,000円～

期間：要件定義から1週間前後

■ ランディングページ

費用：1ページ 250,000円～

期間：要件定義から1カ月前後

予算と指定企業をいただければ、掲載シミュレーションが可能です。
お気軽にお問い合わせください。

実施準備

ヒアリング項目

競合マーケティングのため、**競合との優位点や差別ポイント**を明確に打ち出すクリエイティブが最も効果的です。そのため、制作に際して以下ヒアリングさせていただくことがあります。

- ・ 競合の名前/URL
- ・ 狙いたいターゲット
- ・ 競合との優位点
- ・ 競合との差別化ポイント
- ・ 既存顧客が貴社を選択した理由 など

差別化オプション

差別化オプション

競合マーケティングのための**優位点や差別ポイント**が見当たらないという場合は、下記のオプションによって競合との差別化を図り、ユーザーへ訴求する軸をつくることが可能です。

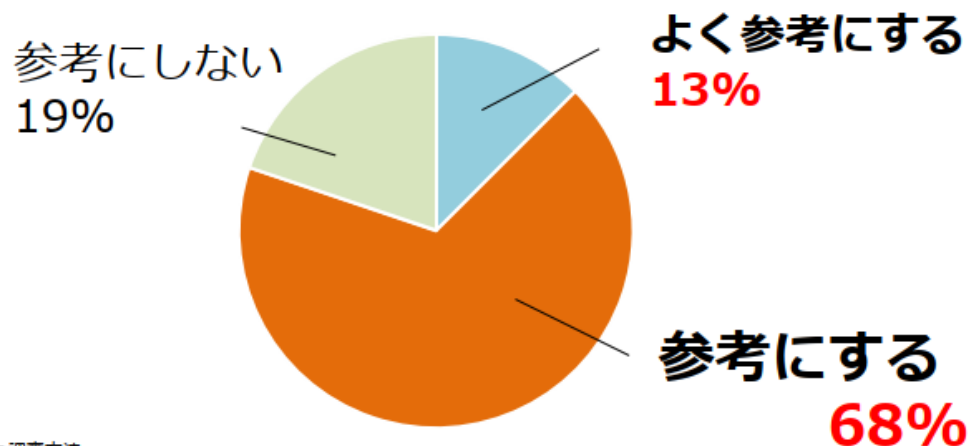
	No.1マーケティング	女医+/医師+	看護師+	調査PR
概要	調査によってNo.1をみつけ、認証マークを付与することで差別化を図る。競合の多い商材こそ実施価値が高い	医師や歯科医師などのコメント、アンケート結果からエビデンスや推奨をアピールし、効能の信頼性を担保する	医師よりも身近な存在である看護師へのアンケート結果から推奨をアピールし、より共感性を刺激する	調査をかけてその結果をリリースし、各WEBメディアへ掲載されることで市場全体の空気感をつくる
活用イメージ	バナー、LPなどで認証マークを展開し優位性をアピール	医師のコメントをLPでアピールしたり、アンケート結果を元に「医師の96%が共感」などのマークで推奨感を演出	アンケートによって「200名の看護師が推奨」などのマークで共感を演出	メディアに掲載された実績を「LINEニュースに掲載」「約120サイトで掲載」などとうたうことで話題感を演出
費用	150万円～	コメント：60万円～ 推奨マーク：400万円～	250万円～	150万円～
ターゲットイメージ	競合比較中の顕在層	効能に疑問を持っているユーザー層	安心感や共感に弱いユーザー層	話題になっていることに反応するユーザー層
適正商材	様々な商材で活用可能	通販、美容、サプリなど	通販、美容、サプリ、生活用品など	様々な商材で活用可能

No.1マーケティング

競合マーケティングのための**優位点や差別ポイント**が見当たらないという場合は、それを調査して『御社専用のNo.1キャッチフレーズ』をつけ明確化のご提案も可能です。
客観性や公平性の高いインターネットリサーチを行い、貴社のNo.1を証明します。

▼8割以上が「No.1」という表記に影響を受ける

Q.商品購入時に第1位の表示を参考にしますか？



■調査方法

No.1表示の実態を把握するため、公正取引委員会の消費者モニター（消費者取引適正化推進員194名）に依頼して、日常よく目にする表示の中からNo.1表示を行っているものを収集するとともに、No.1表示に対する一般消費者の認識を把握するため、消費者モニター（同193名）に対してアンケート調査を実施した。※小数点以下四捨五入

◆権威付けの表記例



No.1マーケティング

▼調査会社のNo.1表記事例

SNS広告

提供元：トークノート様

提供元：おかん様



リスティング

提供元：お茶村様



ポータルサイト

提供元：ナポリの窯様



採用ポータルサイト バナー

提供元：KDDIエボルバ様

20代～50代活躍中！週3日～OKの東京電力の電話受付◎月収20万円可能！働きやすいオフィス
ワーク群馬県NO.1を獲得！>

働きやすいオフィスワーク
群馬県第1位
最大時給1200円 幅広い世代が活躍中！

給与	フルタイム：時給1,150円～時給1,200円 パート：時給1,150円～時給1,200円
勤務	長期（2ヶ月以上）、週4日以上、週2,3日からOK
時間等	昼ごろまで、昼間等、夕方まで、短時間
勤務地	「前橋駅」

こだわり条件	社員食堂あり	企業名公開	髪型・カラー自由	ネイルOK
	ピアスOK	研修あり	オフィス内喫煙所あり	服装自由

女医+/医師+

医師や歯科医師などのコメント、アンケート結果からエビデンスや推奨をアピールし、**商品の信頼性・ブランド価値の向上**をサポートします。また、ユーザーはエビデンスのある情報で意識を向上させることができます。

▼『受賞・シンボルマーク』に消費者は「信頼性」「安心感」を感じるか？

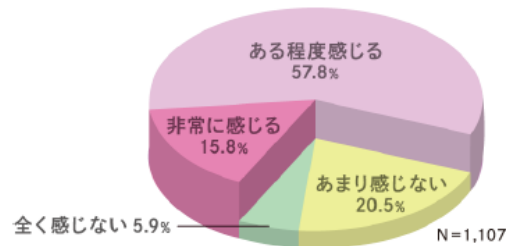


非常に感じる

ある程度感じる

73.6%

医師による監修・推奨は 倍近い結果に!!



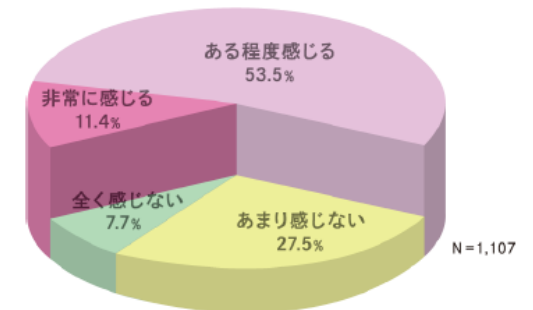
▼『医師による監修・推奨』表記のある商品を購入したいと思いますか？

非常に感じる

ある程度感じる

64.9%

「医師による監修・推奨」が表記された
商品への購入意欲が高い!



女医+ / 医師+

▼アンケート結果によるマーク表示事例

青果物販売会社 × 内科系医師



対象商品

バナナ

目的

既存商品において
他社製品との差別化

企画

内科系医師 57 名による
商品試食とアンケート回答

アンケート
結果

83% の医師が
「健康のためにこのバナナをすすめたい」
と回答

活用

商品ラベル、店頭 POP、公式サイト

食品メーカー × 医師 141 名



対象商品

食物繊維を含むシリアル

目的

既存商品リニューアルに伴う
プロモーション

企画

医師 141 名による
商品試食とアンケート回答

アンケート
結果

96% の医師が
「食物繊維が摂れる食品として周囲の人に勧めたい」
と回答

活用

プレスリリースで配信

看護師へのアンケート結果から共感性を刺激し、推奨をアピールすることで、**商品の信頼性・好意度の向上**をサポートします。また、商品を「ナースセレクト」などと新しいカテゴライズすることで、**ブランド力向上**にもつながります。

(推奨マーク例)



アンケート

- ・アンケート結果を集計して公開
- ・商品のメインターゲットの層と重複し、「医学知識、情報感度、拡散力」の高い看護師が推奨することで商品の信頼度を高める。



座談会

- ・テーマを決めて数名で座談会。
- ・私なりの使い方、おススメポイントなどターゲットが興味を持ちそうなテーマにして購買意欲を誘う。



▼アンケート結果活用事例



1年中冷えに悩む女性の体感温度を2℃上げることを
コンセプトとした「はらまきブランド・プラスニド」について、
100名の看護師が「使い続けたい」「人に勧めたい」と回答。



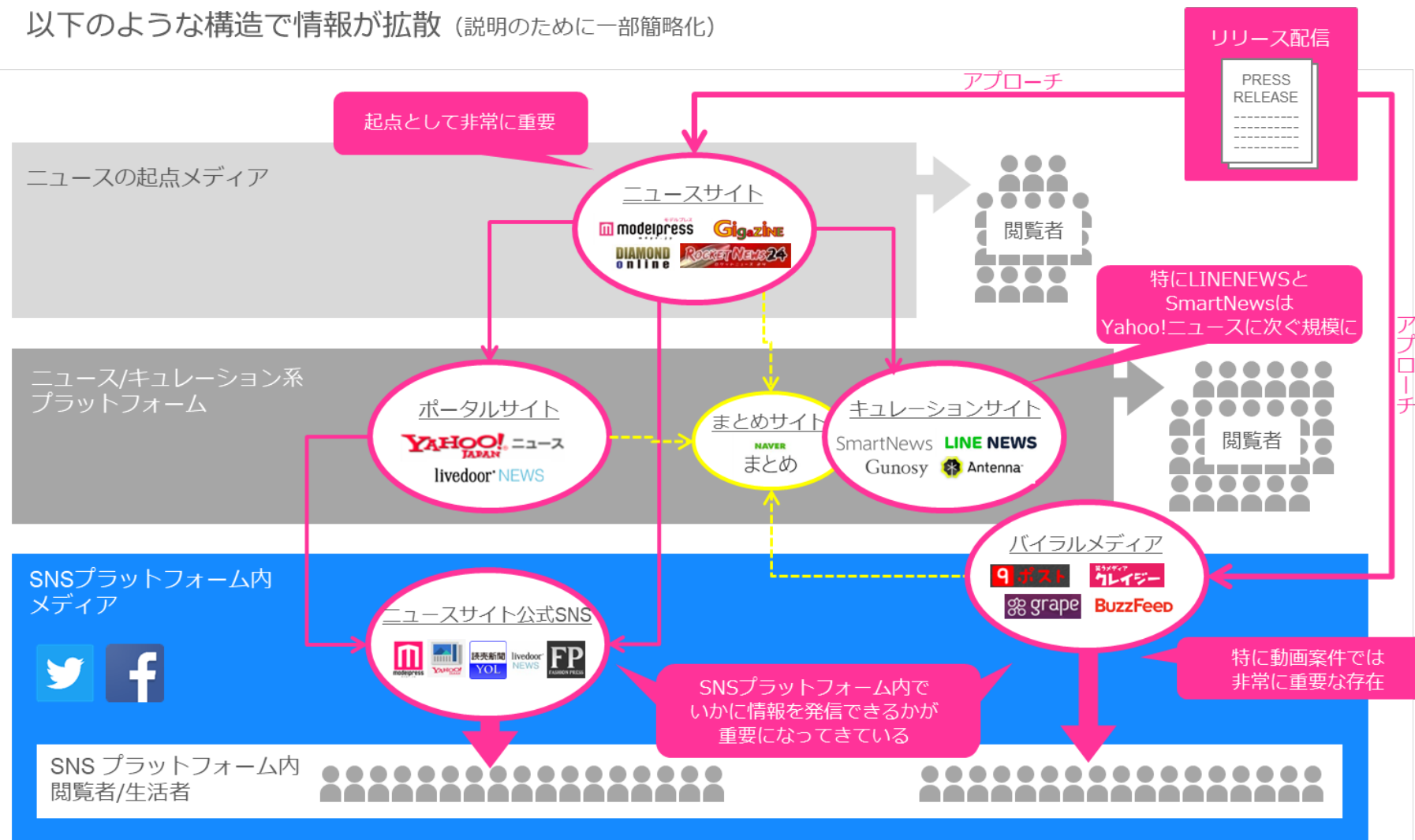
看護師100名による商品の試用とWEBアンケート調査の回答に基づく。
(主催: 株式会社医師のとも、2020年10月実施)

※看護師の意見はあくまでも個人の感想であり、効果等を保証するものではありません。

調査PR

調査をかけてその結果をリリースし、各WEBメディアへ掲載されることでユーザー対して情報の**客観性や信頼性が向上**します。また、ニュース記事は検索結果の上位に表示される場合も多く、企業の商品やサービスに関心を持った**検索経由のユーザーを囲い込む**ことも可能です。

以下のような構造で情報が拡散（説明のために一部簡略化）



▼調査PRの結果をLPなどで活用

Yahoo! ニュース LINEニュース ORICONニュース

128ものメディアで取り上げられた
今話題の**芸能人育成プロジェクト**