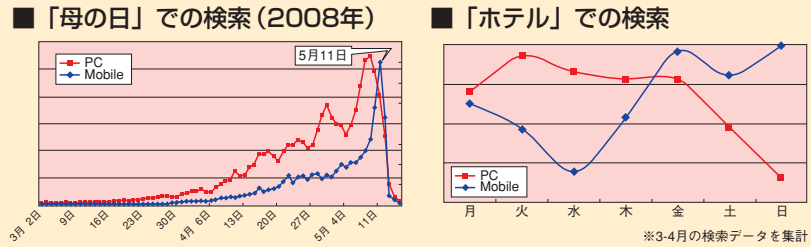




パソコンとケータイではキーワード検索行動にこんな違いが!

(オーバーチュアの調査)



ケータイからは、当日のアクセスが急増。当日になってプレゼントを準備している様子、パソコンがない環境で検索している様子が見える。平日はパソコンからの検索が多いが、週末はケータイと逆転。外出先でふと宿泊を思い立つ需要などがあることが想定される。

オーバーチュアの検索連動型広告はモバイルでも使える

スポンサードサーチ モバイル

- 使い方はパソコンの場合と同様 —
- ・費用はワンクリックあたりの課金で、金額は入札制
- ・設定を自分で行う「セルフコース」なら初期費用は不要。クリック料金のデポジット3000円から始められる
- ・キーワードの設定は自由。追加、削除はいつでも行える
- ・携帯電話事業者別に広告配信や入札が可能

かにして、関心のある顧客に見つけてもらうかである。実はパソコン同様、ケータイサイト用にも検索エンジンがあり、入力したキーワードに応じて自社サイトの広告を表示する検索連動型広告も活用できるのだ。

同分野のリーディングカンパニーであるオーバーチュアでは「スポンサードサーチ モバイル」を提供している。これを利用して、費用など、パソコンの場合とほぼ同様である。

先の名産品店なら、「町の名産」「お土産」「品名」などのキーワードを登録して広告を出し、自社サイトに誘導するのが良いだろう。サイトに電話番号や地図を載せれば、その場での来店に結び付けられる。オーバーチュアの調査によると、同じキーワード検索でも、パソコンとケータイでは行動特性の違いが見られるという。

例えば「母の日」というキーワード検索では、パソコンの場合は15ヶ月前から徐々にアクセスを伸ばし、前日がピークであるのに対し、ケータイは当日にアクセスが急増している。「今日、プレゼントを買わなければ」と思い立ち、あわてて検索する姿が浮かび上がる。ケータイサイトは顧客の「今、この場で、すぐに」の要望に威力を発揮できるメディアだ。特性を



地域で有名な名産品店。しかし通りからちょっと入ったところにあるので近くまで来た観光客も気づかずに通り過ぎてしまう。「わが町ならではのお土産を買おう。ホームページで探すといいだろう。何か宣伝方法を考えなくては...」

産を買いたいと思っている。そんな顧客にアプローチできる手段はないのだろうか。ここで着目したいのが、普及台数1億台、誰もが持っている携帯電話である。

最近ではケータイサイト構築サービスも各種提供されており、サイト作りは難しくない。Yahoo! JAPANでは、ケータイサイトを簡単に構築できる「モバイルお店PR」を無料提供している。このように、こうしたサービスを活用するのも良いだろう。

モバイルマーケティング入門
顧客の「今すぐ知りたい、買いたい」衝動を
ケータイサイトでキャッチし売上をアップ



自社のケータイサイトはもっつのが当たり前

サイト誘導がうまく行けばその場で来店に結び付く

携帯電話は音声通話に加え、iモードやEzweb、Yahoo!ケータイ等、各携帯電話会社が携帯電話用インターネット接続サービスを提供している。したがってパソコンと同様、携帯電話Webサイト（以下ケータイサイト）によって情報を発信し、宣伝や販促に役立てることができるのだ。

ケータイサイトの開設は、企業の販促進や来店客増、広報宣伝活動において、もはや避けて通れないものになっている。

お問い合わせ先
オーバーチュア株式会社
スポンサードサーチのお申し込みに関するお問い合わせ・資料請求先
電話:0120-056-559 (平日9:00~18:00 土日祝休)
公式サイト
URL: http://ov.yahoo.co.jp/service/srch_m/



*「Yahoo!ケータイ」では、トップ画面がさらに使いやすくなりました