

◎「6次産業化プランナー」とは、全国の6次産業化に取り組む農林漁業者の方々の相談に応じてアドバイスを行うために登録されている専門家のことです。プランナーを派遣するサポートセンターは全国に設置されています。詳しくは農林水産省のHPまで。

農水省 6次産業化プランナー 検索



## 6次産業化プランナーの ロクジカ! 始める前のQ&A

6次産業化において、WEBマーケティングは非常に重要です。どんなに良い商品を作っても、その特長をお客様に伝えなければ、売れません。そこで今回は、複数の農家さんを支援した実績のある6次産業化プランナーに「WEBマーケティングのはじめかた」を教えてくださいました。

vol.03

### WEBマーケティングのはじめかた

気軽にできることから  
始めてみましょう!



教えてくれたプランナー ▶ 岡安 裕一さん

6次産業化プランナー、コムニカチオ代表。マーケティングコンサルタント、中小企業診断士。SNSの活用やネット広告、検索エンジン対策などWebマーケティングの支援を実施。農家の現場におけるITリテラシーのレベルを理解した上で、アドバイスだけでなく、導入などの具体的な作業や設定なども行っている。

#### Q<sup>02</sup> WEBマーケティングって、最初は何をすればいいの?

**まずはメールから。いきなり  
難しいことをしなくても、大丈夫。**

「WEBマーケティング」と聞くと、大変そうなイメージを持つ方もいるかもしれませんが、いきなり難しいことに手を出す必要はありません。まずは、既存のお客様のメールアドレスを集めることから始めてみましょう。私が支援した農家さんの事例では、以前は郵送のDMで商品案内をしていたところを、メールも併用することで、顧客へアプローチができる頻度が上がり、売上がアップしました。メールなら郵送とは違い、コストをかけずに手間も少なく何度でも連絡できます。例えば、豊作だった時に追加のご案内をする、などの使い方が可能です。今までのやり方を踏まえて、新しい手法も取り入れてみてください。

※メルマガなどの配信には、お客様からの許可が必要です。

#### Q<sup>04</sup> WEBマーケティングの心構えってありますか?

**「誰に、何を、どのように」を意識して、  
取り組みましょう。**

マーケティングの基本は「誰に、何を、どのように」アピールして販売するかです。これはWEBでも同じこと。どのようなお客様に、自社の商品を買ってほしいかを明確にしましょう。例えば、ご高齢のお客様にアピールしたいと思っているのに、LINEやinstagramなどに力を入れても効果は出ませんよね。まずは自社商品の強みを分析し、お客様のターゲット層を決めることです。そうすれば、どのようにアピールすべきかが自ずと見えてきます。また、何事もそうですが、最初からすべてがうまくいくことはめったにありません。WEBマーケティングも、何度も失敗を重ねながら、少しずつ改善していくものです。そのため、ホームページは自分でシンプルに更新できる仕組みを構築し、管理できるようにしておくのがポイントです。

#### Q<sup>01</sup> そもそも「WEBマーケティング」ってなに?

**インターネットを利用して  
商品が売れる仕組みを作ることです。**

「WEBマーケティング」とは、「インターネットを利用して商品が売れる仕組みを作る活動」のことです。パソコンやスマートフォン(スマホ)の普及により、ネットショッピングをはじめとするインターネットを利用した購買形式は、今後も成長していくと考えられます。また、WEBマーケティングの利点として、地域に制約がなく情報が届けられること、低コストで実施できること、アクセス数や購入者がデータとして可視化されるので効果を測定しやすいことなどが挙げられます。インターネットを活用して商品をより多くの人に知ってもらい、購入していただくためにも、WEBマーケティングの手法は非常に重要です。今回は、気軽に始められるメールやホームページを使用したWEBマーケティングの手法を紹介します。

#### Q<sup>03</sup> ホームページを作る際の注意点はありますか?

**デザイン性よりも、見やすさを大事に。  
スマホ対応は基本です。**

ホームページ作成時、ありがちな失敗の1つが、デザインに凝りすぎる。デザイン性よりも、お客様から見てわかりやすいかどうかの方が大事です。また最近は、スマホでホームページを見る人が7割とも言われています(BtoCの場合)。スマホ対応は基本中の基本。スマホの小さな画面でも、注文画面やお問い合わせフォームなどの「ゴール」まで、わかりやすく辿り着けるように意識して、作成しましょう。コンテンツ面でいうと、私のオススメは「生産者のこだわり」を載せること。いくら「ウチの農産物は美味しいですよ!」とアピールしても、味だけで差別化するのはなかなか難しく、WEBであればなおさらです。お客様に納得して選んでいただけるように、味だけではなく、自社ならではのこだわりを掲載しましょう。