

プッシュ型集客とプル型集客

2種類の集客タイプ

- ①プッシュ型集客
- ②プル型集客

プッシュ型集客

プッシュ型集客

- あなたの商品を欲しがっているかわからない相手に対し、こちらから積極的に行動（プッシュ）し接触や宣伝をおこない集客をしていく方法
 - 折込チラシ、ポスティング
 - ディスプレイ広告
 - 純広告
 - タウン誌、クーポン誌・クーポンサイト

プル型集客

プル型集客

- あなたの商品が高い確率で欲しがるだろう相手に対し、相手の行動を待ち伏せ（プル）して接触や宣伝をおこない集客をしていく方法
 - リスティング広告
 - SEO対策

プッシュ型のメリット・デメリット

プッシュ型のメリット・デメリット

• メリット

- 幅広く見込み客にリーチ（接触）ができる
- 潜在的な見込み客を顧客にできる
- 競合と比較されにくい

• デメリット

- 今すぐ客を捕まえにくい
- 潜在的な見込み客を顧客にするための技術や商品が必要
- ばら撒き戦略なので、費用対効果が悪くなりやすい

プル型のメリット・デメリット

プル型のメリット・デメリット

- **メリット**

- 濃い見込み客や今すぐ客に宣伝ができる
- ある程度の仕組み化ができる

- **デメリット**

- 検索をしてくれないと、こちらからは何もできない
- 検索数はコントロールできないので、パイの上限がある
- 競合と比較されるので、競合に勝つ必要がある

プッシュ型とプル型のどちらをやるべきか

プッシュ型とプル型のどちらをやるべきか

- 基本的には必ず両方やる
- どの媒体がどういう成果が出るかはケースバイケース。まず試すしかない
- 以前はプル型の費用対効果は抜群だったけど、現在は競合がかなり増えている
- プル型の濃い見込み客を取りこぼすのは、競合にお客さんをあげているということ

「ビジネスにおいて最悪な数字は1」

BY ダン・ケネディ