

同じ目標に向け、共に取り組む

Listing+

成果報酬型のWeb集客代行で EC事業の売上拡大に貢献

どれだけ魅力的な商品やECサイトがあっても集客ができなければ意味がない。しかし、そのノウハウを持った人材が社内におらず課題になっている企業は多い。EC事業者の課題を解決する、ネット集客で多くの実績を持つリスティングプラスが、新たにリリースしたサービス「成果報酬型Web集客代行」とは。



◀リスティングプラス 取締役の川口慶太郎氏。写真は西新宿の高層ビル群の中にある同社オフィス。オフィス内にはセミナールームも完備し、定期的にクライアントを招いたWeb集客に関わるセミナーを開催している。

初回購入の高いハードル Web集客力を成果報酬で支援

Web広告を使った、ネット集客を支援するリスティングプラスは2017年7月、新たなサービス「成果報酬型Web集客代行」をリリースする。同社はリスティング広告の運用代行から事業をスタートし、クライアントの課題に応える形でランディングページを始めとするサイト改善、さらにはECを中心とした事業モデル改善のコンサルティングまでワンストップで支援できる体制で独自性を発揮してきた企業。リスティングプラス・取締役の川口慶太郎氏は「私たちが改善したランディングページの中には、コンバージョン率が5倍以上増加した例もある。リスティング広告運用を通じた集客に留まらず、サイト改善を通じたセールスの強化、ビジネスモデル改善を通じたリピート購入の獲得まで手掛けることで、売上につながる総合的なマーケティング

グ支援を実現してきた」と話す。

現在、700社を超える企業の支援実績を誇るリスティングプラス。一人ひとりの社員のスキルが重要との考えから人材教育、さらには自社の知見をセミナーや書籍の形で発信を続けている。そんな同社の人材とスキルの結晶とも言えるのが今回の「成果報酬型Web集客代行」だ。SEOやFacebookなど複合的な手段を使い、集客力が落ちてきたと感じている、EC事業者を対象にWeb集客を請け負う。「ECは初回購入のハードルが特に高いので、集客コストの上昇に課題を抱える企業が増えて

いたことから開発したサービス」と川口氏は話す。成果報酬型を採ったのは、これまで培ってきたノウハウに対する自信の現れと言えそうだ。

また近年、ライフタイムバリューが重視される中、EC事業者においては、集客コストの設定も難しくなっている。「ビジネスモデル改善を通じたリピート購入の獲得まで総合的に支援してきた私たちのノウハウをもとに、目標設定から総合的なコンサルティングができる点も強み」と言う。

そんな同社は経営理念のひとつに「クライアントの自立」掲げる。「これまでも私たちは成果にコミットすることで、クライアント企業とパートナー関係を築きながら、仕事を進めてきた。丸投げ、依存ではなく、同じ目標に共に取り組むパートナーでありたい。最終的にはクライアント自身でも取り組めるような自立の支援に貢献することこそが私たちの役割」と川口氏は話している。

図 3つの視点での総合的改善で売上アップに貢献

