

エンジニアの選定フロー



エンジニアの心理

- ・情報はできるだけ出したくない
- ・必要な時に必要な情報が欲しい



エンジニア



メーカーサイトへジャンプ



メーカーサイト

詳しい情報を求めて
エンジニアがアクセス
⇕
商談へのカギは自社サイト

ユーザー主導型＝エンジニア支援

- 会員登録なし
- メーカーサイトへ直接リンク



会員登録制サイト

売り手主導型＝メーカー・商社の営業支援

- クリック一つで情報がとられてしまう



＜ある電子部品メーカー様のWEB問合せ率（6か月間）＞

	アクセス数	問合せ件数	問合せ率
Google（リスティング広告含む）	15,000件	1件	0.006%
indexPro	1,500件	18件	1.2%

自然検索の indexPro カテゴリワードの約7割が検索1頁目に表示

＜あるアメリカ大手半導体メーカー様＞

自社サイトの会員誘導のための広告	会員登録件数
他媒体	月1-2件あればよい
indexPro	月10件以上の登録

質の良いアクセス = 商談に繋がるアクセス