



ブログの ビジネス活用レポート

REPORT |

#3

ブログ、SEO、アフィリエイトの連動で 新規顧客獲得に成功したT-Shirt King.com

ハロー読者の皆さん。今回は、自分の作った服を販売して“小遣い稼ぎ”をしている女子大生の話でしたが、今回は、本業として運営しているECサイトでブログを効果的に活用している例を紹介します。サイトの名前は「T-Shirt King.com」。その名のとおり、Tシャツを専門に販売しているオンラインショップです。数多くの本格的なTシャツ販売サイトが激しい競争をする中、1998年から運営を続ける老舗としてトップクラスの人気を保っているこのサイトのブログ活用術を見てみましょう。

新しい時代に対応して ブログで情報を提供

T-Shirt King.comは、1970年代から米国でTシャツの卸売業を営んでいた社長のビル・ブロードベント氏が1998年に開設したB2CのTシャツ販売サイトです。競合他社に先駆けて、メールマガジン、SEO、アフィリエイトなどに徹底的に取り組んでネット販売を展開したことで、2001年には50万人以上のメール会員を誇る人気サイトに成長し、絶好調でした。

しかし、2002年頃から、競合サイトも増え、SEOやアフィリエイトも一般化してきたことで、新規顧客の開拓に難航するようになりまし。また、米国で大量のスパムメールが問題化したため、多くのメール

がスパムメールフィルターで強制的に削除されてしまいメール会員からの注文が激減してしまっ。ネットビジネスの基盤を失いつつあった状況に危機感を覚えたビル氏が新たに取り組んだのが、ブログによる情報発信なのです。

T-Shirt King.comでは、以前からメール会員に向けて、特定のTシャツに関するコアな情報を盛り込んだメールマガジンを専門のライターを使って毎週発行して、これが非常に人気だったそうです。たとえば、ブルース・リーの映画やその生涯に関する情報を1000語程度で紹介するもので、メールの最後には内容に関連するTシャツの販売ページへのリンクがあり、メールで紹介したTシャツは毎回よく売れていたそうです。

ビル氏は、従来メール会員にのみ発信されていたこのメールの内容を、そのままブログとしてサイトに掲載したのです。ブログの手軽さを利用した簡単な情報の二次利用なのですが、ブログでは1つの記事に対して1ページがHTMLで静的に生成されることもあり、さまざまなテーマについて語られている各ページが検索エンジンで効率的にヒットするため、検索エンジン経由のアクセスが激増し、新たな新規顧客開拓の場に成長したのです。

元々はメールマガジンのために記事を書いていたのですが、今ではサイトの訪問者、特に検索エンジン経由の新規ユーザー向けとしてブログのために記事を書き、それを既存ユーザーに対してメールマガジンで発信する、という流れに変わったそうです。

元々はメールマガジンのために記事を書いていたのですが、今ではサイトの訪問者、特に検索エンジン経由の新規ユーザー

向けとしてブログのために記事を書き、それを既存ユーザーに対してメールマガジンで発信する、という流れに変わったそうです。

ブログへのアクセス数を 売りに上げにつなげるノウハウ

ブログはSEO効果が高いということは世間でもよく言われます。ブランドや音楽バンドに関する雑学的なエッセイ記事がサイトへのアクセスを増やすのは理解できるとしても、Tシャツを販売しているとは言え、それらの記事が売りに上げ増加に効果があるのかと疑問に思う方もいるでしょう。しかし、そこはネットバブルの激動の時代をくぐり抜けてきたビル氏。古参組のノウハウを結集して、たまたまサイトを訪れたユーザーを顧客にしていく機能をブログのページにも搭載しています。



欲しい商品を選んで購入しやすいのは販売サイトとして当然。効果的に売りに上げを伸ばしたブログの活用法とは.....?

T-Shirt King.com / T-Shirt King.com Blog

URL <http://www.t-shirtking.com/>

URL <http://blog.t-shirtking.com/>

ブルース・リーについて1エントリー、ビートルズについて1エントリーというように、ゲーム、アニメ、音楽、映画など、さまざまなジャンルで、1テーマ1記事で論じているブログ(左図)で、Tシャツ販売サイト(右図)に併設されている。

記事ではTシャツに関して触れることはほとんどなく、その内容はあくまでもその回のテーマに関する週刊誌の記事やテレビの情報番組のようなものなので、販売サイトと同じナビゲーション、メールマガジン登録や友人の紹介などのフォーム、人気Tシャツリストなどがなければ、Tシャツ販売サイトのブログだとは気づかないかもしれない。しかし、記事のテーマと同じカテゴリーが販売サイトにあれば

ログにはそのリンクが添えられるし、ブログで扱った記事内容に関連するTシャツは、記事が公開されてしばらくの間は販売サイトでも前面に大きく押し出して見つけやすくするなど、ブログと販売サイトとの効果的な連動が考えられている。

ブログ名: T-Shirt King.com Blog

URL <http://blog.t-shirtking.com/>

販売サイト名: T-Shirt King.com

URL <http://www.t-shirtking.com/>

ページビュー: 非公開

ブログを書くのは: 専属ライター

投稿数: ほぼ1週間に1記事

使用ツール: Movable Type 3.11



たとえばT-Shirt King.comのすべてのブログページには記事に加え、記事に関するTシャツ販売ページへのリンクはもちろん、「友達にこのページを紹介する」メール送信フォームや、メールマガジンへの登録フォーム、XMLやAtomなどでの記事配信リンクなどが同時に掲載されています。これにより、記事を読んでサイトから離れる前にメールマガジンに登録したり、友達にサイトを紹介してもらったりして、「次」につなげる仕掛けが満載となっています。

また、T-Shirt King.comでは古くからマーケティング戦略としてアフィリエイトを活用していました。ビル氏は、そのアフィリエイトユーザーたちに、ブログの記事を無償で転載することを許可したのです。もちろん「T-Shirt King.comへのリンクを掲載すること」という条件を付けていたのですが、この記事転載の許可は、効果的なアフィリエイトの紹介方法に悩んでいるアフィリエイトサイトに好評を博し、多くのサイトにT-Shirt King.comのブログ記事が転載されることとなった結果、アフィリエイトからのアクセスが激増したそうです。

ただ「ブログを作る」だけでなく 結果を得るために「ブログを利用」

ブログを開設し、既存のSEOやアフィリエイトやメールマーケティングと連動させた結果、T-Shirt King.comの2003年の売り上げは3倍になり、2004年も売り上げは伸び続けているそうです。ブログコンテンツを元にしたユーザーの売り上げは、全体の35%にも上るとのことです。

Tシャツ販売サイトは多種多様な商品を取り扱うため、商品の価格や品質・デザインなどで競合他社と差別化することは非常に難しくなっています。そのため、いかにしてより効率的なマーケティング手法で他社よりも先に潜在顧客にリーチし、常連顧客化していくかが成功の大きな課題になります。T-Shirt King.comは従来のSEOやアフィリエイト、メールマガジンなど個別の手法にとられることなく、ブログをそれらの手法と連動させることで大きな効果を得ることに成功しました。

インターネットで新しいテクノロジーが登場すると、ついついそのテクノロジーの

みに興味が集中し、さまざまな取り組みは行われるものの、ビジネス的には何も生み出さないという結果になりがちです。ブログはもちろん、ソーシャルネットワーキングやRSSなどに関しても同様の状況があると感じます。実際のビジネスの現場で、結果を重視して新しいテクノロジーを活用していこうとするT-Shirt King.comの取り組みから学ぶべきことは、ECサイトのみならずテクノロジーベンダーにとっても多くあるのではないのでしょうか。

REPORTED BY

滝日「TOM」伴則

アイオクス代表取締役。2002年2月に日本初のSEO情報サイト「SEO Japan」を開設するなど、SEO現場での実戦経験を元に活躍。また、SEOだけでなくウェブやインターネットビジネスに詳しく、最近ではウェブマーケティングの一環としてブログビジネスにも深い関心を持っている。

URL <http://www.ioix.com/>



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp