

# 2 FEB. 企業と広告

TV・新聞広告責任者に聞く2015年見通し  
第2ステージに進む雑誌のウェブ展開  
ラジオ委員長インタビュー／扱い争奪戦



ココアじゃなきゃ、  
ダメなんです。



森永製菓株式会社  
[www.morinaga.co.jp](http://www.morinaga.co.jp)



講座

# Web 広告

村山 哲治

## Web マーケティング 業務に求められる スキルとは

### ■ Web 業務のスキルは 「センス」と「知識」で磨く

2015年になり Web を取り巻く環境は、マルチデバイスプロモーション、コンテンツマーケティングなどサイトの運用戦略に関わる比重がますます大きくなり、その技術や新たなサービスが発展していくものと思われます。

今回は Web に関わる業務を行う上で求められるスキルについて考えてみたいと思います。

そもそもマーケティング業務に必要なスキルは見えにくいものがあります。営業職ならば、商品知識、顧客分析、プレゼン力、企画力など提案営業を行う業務フローごとに求められるスキルやレベルが明確にあります。それに比べ Web 業務は範囲が広く、定形的な業務フローを定めにくいという側面もあります。

私の場合、インターネットの黎明期よりネットの仕事を行ってきましたので新たな技術やマーケティング手法などが生み出される過程をずっと見てきたため、比較的幅広い範囲でネットのマーケティングを理解することが出来ました。

しかし、ここ数年でネットの業務に携わっ

た方にすれば、それは大変かもしれません。

例えば先日も EC のマーケティングに詳しい方と話をする機会がありましたが、クラウド環境での業務効率という話に及んだ際に「すみません、クラウドに関しては、不勉強で…」とほぼノーマーク状態。ネット業務に関わる方は多かれ少なかれそういう苦手分野があるのではないのでしょうか。

そこで、私は Web 業務を行うには大きく 2つのスキルが必要だと感じています。

ひとつは「マーケティングセンス」に関わるスキルと、もうひとつが「マーケティング知識」。この両面でスキルを磨くことがこの業務に携わる上で必要です。

### ■ マーケティングセンスに 関わる 4つのスキル

Web 業務に必要とされるセンスは、ひとことでは「コミュニケーション能力」。ネットとリアルの世界で最も大きな違いは対面か、非対面であるかという点です。もちろんネットでは Web カメラのような疑似対面も可能ですがそれはモニターを通じたものであり、リアルの対面とは異なります。

対面であれば相手の表情や言葉、抑揚、仕草でいろんなことが読み取れます。しかし、サイトのログだけではそうしたものを読み取ることはできません。

また、お客様以外では外部業者やシステム担当者、デザイン担当者、関連部署と様々な折衝の場面があります。そこで、それぞれの立場の違いや思惑の壁を乗り越えるコミュニケーション能力が必要です。

特にこうした内部的な業務を行う上では、「コミュニケーション能力」に加え「企画提案能力」「管理能力」が重要となります。

マーケティング業務の大きな役割はネットにおける Web 戦略を立てることです。

よく見られるケースに、Web のログの分析などから改善点や問題点を指摘することに業務のウェイトを置いている方がいますが、これは事後対策であって戦略的とは言えません。

内部環境と外部環境からどのような手を打つべきか先見予測力を発揮し、それを企画提



案に落とし込むことこそ重要な仕事ではないでしょうか。

また、マーケターの責任として自分が立てた仮説や予測を検証するという習慣が必要です。つまりP D C Aサイクルで業務を管理する能力です。またシステム担当者やデザイン担当者などサイト運用に関わる関係者との業務連携を図りながら仕事を行うことこの「管理能力」が問われるところです。

そしてもうひとつ、マーケティングセンスに関わる重要なスキルとして挙げておきたいのが「生活者感覚」です。これをスキルというかどうかは別として、自らも生活者として様々なことに興味を持ち体験をする行動力は不可欠。先ほど申し上げたように、Webマーケティングはほとんどがバーチャルな中で展開されます。そうすると、ほとんど知識と検索の範囲で仕事を行いがちですが、モニターの先のユーザーはリアルの世界での生活者です。そうした生活者と同じように流行りものに関心を持ってみたり、足を運んだり、いろんな世代の人と交流をして価値観の違いなどを肌で知ることが大切なのです。私はいくらネットの知識があってもこうしたマーケティングセンスに関わる4つの能力が欠如していると、それが活かされることは難しいと思います。

## ■マーケティング知識の指標となる様々な資格

Webマーケティング知識に関わる範囲は年々広がっています。いったいどこまで網羅しておけばよいのだろうと戸惑われている方も多いかと思います。ネットビジネスに関わる領域は大きく次の5つがあります。

1. インフラに関する領域
2. デバイスに関する領域
3. システムに関する領域
4. デザインに関する領域
5. マーケティングに関する領域

それぞれの領域はさらに細分化された専門領域がありますからそれを網羅しようとするのが遠くなってしまいます。マーケティングを専門領域として仕事をするのであれば、まずはこの五つの領域があることを認識し、



▲Yahoo! プロモーション広告プロフェッショナル認定ロゴ

日ごろからそれぞれについてのトレンドやトピックにはアンテナを張っておきたいものです。

そのうえで、知識的なことをしっかりとスキルアップするのであれば資格取得を目指すのもお勧めです。リアルの世界でのマーケターに資格というものはあまり馴染がありませんが、Webマーケティングには様々な資格がありますので主だったものをご紹介します。

- W A C A ウェブ解析士
- Web アナリスト検定
- マーケティング・ビジネス実務検定
- ネットマーケティング検定
- ネットショップ実務士
- Google Partner 認定試験
- Google Analytics Individual Qualification (G A I Q)
- Internet Marketing Analyst ( I M A 検)
- Web 検 (リテラシー/プロデュース)
- Yahoo! プロモーション広告プロフェッショナル認定

これらはいくまでも資格の取得や合格することだけが目的ではなく、スキルの範囲を広げるとともに、自分の理解が正しいのかを確認する上でチャレンジすることには意味があると思います。それぞれの検定を運営する団体のサイトでは、無料体験問題などもあるので2015年のスキルアップはそこから始めてみてはいかがでしょうか。

(東京ドアーズ/人間力教育センター代表)