

今さら聞けない

B R A N D I N G

ブランディングメディアの基本



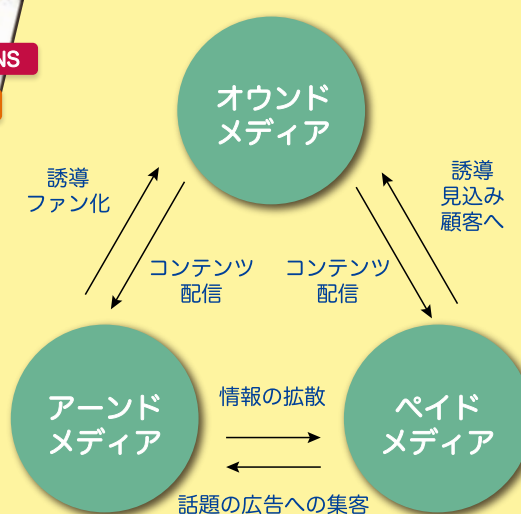
情報や物が溢れ、商品力のみで売ることが難しくなっている現代は、競合他社との差別化を図るブランディングの必要性がますます高まっています。
オンライン環境の広がりを背景に、重視されるようになった「ブランディングメディア」とは、**自社商品や企業そのものの価値を高めるために、メディアを通じて情報を発信し、メディアをブランド化することです。**

ブランディングメディア3つのメリット

- 1 自社商品のブランディングにより認知度が高まり、より多くの顧客を獲得。
- 2 価格以上の魅力を伝えることができ、価格競争を避けられる。
- 3 オウンドメディアのブランド化により、広告費などのコスト削減に繋がれる。



自社で所有・運営するサイトやSNSアカウントなどの「**オウンドメディア**」が核となり、ここに、広告費を払って利用する「**ペイドメディア**」、消費者が作成するSNS投稿などの「**アードメディア**」を組み合わせることで、より効果的なブランディング戦略を展開することが可能です。



ブランディングメディア活用 成功のポイント

ブランドのアイデンティティを明確にする

ブランドのアイデンティティとは「ブランドの独自性やイメージ」、つまりユーザーに**提供したい自社ブランドのイメージ**を指します。

ブランドアイデンティティを明確にすることで、メディア活用のゴールを設定することが可能です。ブランディングメディアのマーケティング戦略は全てこのアイデンティティを元にしたものとなるので、しっかりと明確にしておきましょう。

ペルソナを決める

ブランドアイデンティティを明確化したら、次は「ペルソナ」を決めていきます。ペルソナとは、**集客したいターゲット**のこと。**性別・年齢・家族構成などの特性を細かく設定**しておくことにより、情報発信の方向性が定まり、内容に一貫性を持たせることができます。



継続的に発信する

ブランディングメディアのSEOを高め、ユーザーを増やすためにも**情報の発信量は非常に重要**です。1ヶ月に数回しか記事を発信しないとSEOが上がらず、ブランディングメディアが本来の役割を発揮することができません。継続的に情報を発信しながらユーザーの反応を確認し、改善点はないか常に検討しましょう。キーワードや内容を精査し、設定した**ペルソナにとって価値のある情報**を発信し続けることが大切です。

SEO対策を行う

ブランディングメディアを作成したら、次の段階としてSEO対策を行うことが重要です。SEO対策とは、「Googleなどの検索エンジンで検索した際に、自社のWebサイトを上位表示させて検索流入を増やすための対策」のことで「検索エンジン最適化」を意味します。

SEO対策を行うことで検索順位が上がり、より多くの人に自社のブランディングメディアを閲覧してもらうことが可能となるので、ブランディングメディア作成後はサイトを放置せず、必ずSEO対策を行いましょう。

オウンドメディア 配信のポイント

- 「キャンペーンの案内」や「新商品の提案」など、営業のような配信だけでなく「ユーザーに合わせた情報」を配信する。
- カスタージャーニー（顧客が自社商品やサービスをどのように知り、購入に至るまでどのような行動をするかというプロセス）を元に必要なコンテンツを洗い出す。
- テキストと動画、SNSとメールかでも見るタイミングや顧客心理、伝わり方が変わるため、**トライアルを重ねて効果を高める**。

結果が良くても悪くても、**その要因を探り、知見として蓄積することで成功確率を上げていきましょう**。



施工事例コンテスト2025開催

募集期間 2025.5.1 THU ~ 7.31 THU

多くのお施主様にこだわりが詰まった施工事例を
ご覧いただける機会です。

ご応募作品の
中から



ハウステック公式
Instagramに投稿

フォロワー ※1
3.2万人

ホームページにも貴社ホームページリンクを
付けて掲載します。

ぜひ、奮ってご応募ください！

詳しくはこちらからご確認ください



※1 2025年6月20日時点

編集後記

ブランディングメディアの立ち上げは自社で作成する、業者に委託するなどの方法があります。自社に合った方法を検討して、作成をしていきたいですね。

ハウステック
公式SNSで
情報発信中！



Instagram



X (Twitter)



Pinterest



YouTube



TikTok