

The Amazing Prediction for Pop-Ad!

The Amazing Prediction for Pop-Ad!

A special marketing report by

[Masatoshi Kobayashi](#)



Important:

あなたはこのレポートを無料で配布する 100% マスターギブアウェイライ
イトを手に入れました。このレポートをあなたのお友達やメルマガ読者、
オプトインリストに無料配布することができます！

The Amazing Prediction for Pop-Ad!

Pop-Up って何なの？

Pop-Up Window を知らない方はインターネットマーケターの間ではいないと思いますが、一応お話しします。

Pop-Up Window とはよくサイトを訪れた時とか違うサイトに移動するときに自動的に開く小さなウィンドウです。こんな具合です。



The image shows a screenshot of a pop-up window. The title bar reads "Buy me a SAKE! Revealed Secrets of Japanese nitche market!". On the left side of the window is a photograph of a red sake cup (sakazuki) with a black cord around its base. On the right side, there is a registration form with the following text: "Register: FREE Newsletter Japan Market". Below this text are three input fields labeled "First Name:", "Last Name:", and "E-mail:". At the bottom right of the form is a "submit" button.

あなたも一度ぐらいは見かけたことがあると思います。この **Pop-Up Window** は一時期猫も杓子も活用して大きな成果を出していました。あまりに行き過ぎたために訪問者が何とか **Pop-Up Window** を排除したいと希望し始めたんです。

The Amazing Prediction for Pop-Ad!

そして、Googleなどが無料で **Pop-Up Window** をブロックするブロッカーを無料で提供し始めて事実上 **Pop-Up Window** は機能出来なくなってしまったんです。

Pop-Up Window はきわめて有効なツールだったので多くのマーケターが大打撃を受けました。その後、さまざまな **Pop-Up Window** と同じ機能を持ちながらブロックされないウィンドウが開発されていきました。

日本ではホバーウィンドウだけが注目を集めたようですが、英語圏ではさまざまな種類の選択肢が開発され今も日進月歩で変化しています。

Pop-Up Window は役に立つのか？

これからお話しする内容は従来の **Pop-Up Window** だけを指すのではなく代替のウィンドウなど全般についてのコメントです。すべての種類をひっくるめてここではポップアップと呼びます。

ポップアップ有効に活用することにより効果が 40%~85%アップすると言われています。その効果とは：

1. メルマガ登録などのオプトイン登録
2. スペシャルオファーやミニコースの登録
3. 特別割引などのオファー

での登録、反応率が 40%~85%も伸びるというのですから使わない手はありませんよね。

The Amazing Prediction for Pop-Ad!

今お話した 3 つの中でとりわけ重要なのがメルマガ登録やミニコースの登録などを通じて訪問者の名前と電子メールアドレスを入手することです。

シンガポールのマーケター、Ewen Chia は”The Tollbooth Strategy”（料金所戦略）を唱えています。まさに訪問者の名前と電子メールアドレスを入手し、なおかつ訪問者に情報を送ることを許可していただくことがあなたのサイトを料金所にする第一歩なんです。

ポップアップはどのような種類があるのか？

日本では定番のホバーウィンドウですが、英語圏では：

- [スピニングウィンドウ](#)
- ポップオーバーウィンドウ
- ポップアンダーウィンドウ
- [フロートインウィンドウ](#)
- シークレットウィンドウ
- [ポップイン](#)
- [マジックサブスクライバー](#)
- その他多数

などととても多岐にわたっています。ここで話しておきたいんですが、よく日本のマーケターがホバーウィンドウとスクロールウィンドウを混同している例が多いのには驚きます。敢えて、上記リストにスクロールウィンドウを入れなかったのはスクロールウィンドウというウィンドウがあるのではなく、それぞれのウィンドウにスクロール機能を持たせたものという意味です。たとえばスクロール機能のついたポップオーバーウィンドウというような意味です。

The Amazing Prediction for Pop-Ad!

では、スクロールウィンドウとはどういう意味か：

それは、このごろのキラミニサイトの動向を見てみると必然の機能だとお分かりいただけるとと思います。最近のキラミニサイトはどんどん縦長になってきています。長いものだとA4印刷すると30枚以上になるものも珍しくありません。

訪問者によってサイトのコンテンツを読む速度は異なります。以前は時間設定でウィンドウを発砲させていましたが、サイト構成が長くなれば長くなるほど時間設定では本当に発砲させたい場所で発砲させることが難しくなってきました。そこでスクロール機能をつけてサイトの表示させたい場所にコードを一行貼り付けることによりピンポイントで発砲することができるようになりました。もちろん、時間設定での設定も出来ます。

ここでポップアップに持たせたい機能についてお話しします：

- 時間設定
- カウントダウン：カウントダウンしてウィンドウが最後に消滅する
- スクロール
- キーキーを利用して発砲する回数を調整する

この機能の中でキーキーを利用して発砲する回数をコントロールすることはとても大切です。そのページが表示されるたびにポップアップが発砲すると訪問者がイラつく可能性が高まるからです。

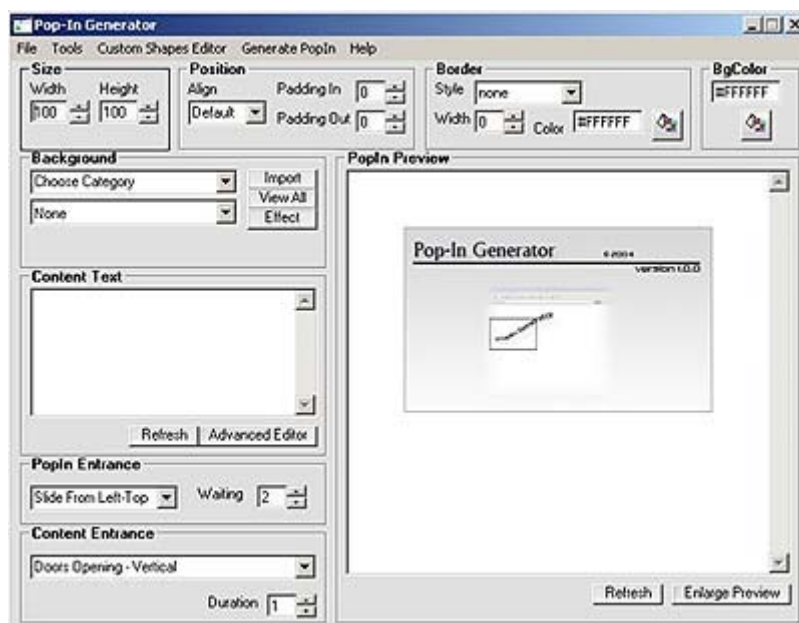
<http://www.e-brainers.com/den4renz/index.html> でスピニングウィンドウの例を見ていただければご理解いただけますが。1回のセッションで1回しか発砲しません。

英語圏ではポップアップを作成するときに日本のようにコードをテキストエディターで開いて手作業で数値などを変更するなどという手法は使いません。専用のジェネレータで納得いくまでシミュレートしてから自動的にHTMLに貼り付けてくれます。

The Amazing Prediction for Pop-Ad!

マーケティングはテストの繰り返しが重要です。手作業でコードをいじっていたらとても多くのテストをこなすことが出来ません。これからは竹やりではなく近代兵器を利用することにより時間の短縮が可能となります。

こんな操作画面が多いです。



では、従来の **Pop-Up Window** と今お話したいいくつかのポップアップとの違いは何なのかというと：

従来の **Pop-Up Window** は発砲するウィンドウが独立したウィンドウですが、今お話したさまざまなブロックされないポップアップは同一ページに発砲するウィンドウを表示しているんです。見た目は別ウィンドウに見えますが実態はサイトと一体なんです。

では従来の **Pop-Up Window** より今お話した新しいポップアップのほうがいいのか？といわれれば、ブロックされないからよいと思います。

The Amazing Prediction for Pop-Ad!

では、これからの動向は？

今、英語圏では二つの方向があります。

1. ブロックされないポップアップを進化、多様化させる。
2. 訪問者がコンテンツを読むのを妨害しないポップアップを開発する

1は説明の必要がないと思いますが、2つ目の“訪問者がコンテンツを読むのを妨害しないポップアップを開発する”とはどういう意味なのか？

従来の **Pop-Up Window** も、その後に開発されたブロックされないポップアップたちも訪問者がコンテンツを見たり読んだりすることを妨害する点においてはまったく同じです。あくまで売る側の論理で開発、設置されている点です。

日本ではポップアップ自体がまだ普及してないのでピント来ないかもしれませんが、ブロックされないポップアップは英語圏の訪問者たちを従来の **Pop-Up Window** と同じように蹂躪し始めています。

“ブロックされなければ良いのか？”という問いから、訪問者の視界をさえぎらずにポップアップと同じ効果を提供するオプションの開発が急務となりました。そして、**2005年2月**にポップインジェネレーターが開発されました。この動きはまだ主流ではありませんが、今後は訪問者の視点にたった広告の表示方法が重要になることだけは確かなようです。

The Amazing Prediction for Pop-Ad!

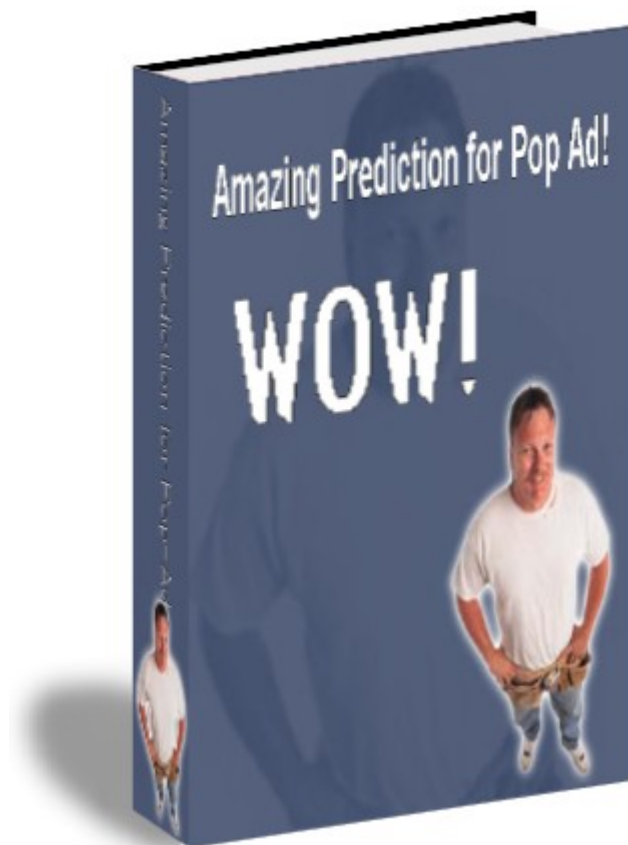
これからもさまざまな訪問者を妨害しないポップアップが開発されていくと思いますが、現在世界中で形としてあるのはこのポップインだけです。参考に次のサイトの一番したあたりをスクロールして見てください。

<http://www.e-brainers.com/tranzitionz/index.htm>

そうなんです。これはサイトのコンテンツの上に表示されるのではなく空白を拡大して行って発砲するんです。訪問者には一切迷惑をかけません。

これがこれからポップアップが進化していく過程です。しかし、2005年はインターネットビジネスの構造が変化する大転換期です。どんなツールが飛び出してくるか気が抜けません。

あなたもポップアップを有効に活用して売り上げを爆発させてください。



The Amazing Prediction for Pop-Ad!

e-mail trap marketing strategy

(電子メールの罠マーケティング戦略)

冒頭にもお話ししましたが、一人でも多くの訪問者の名前と電子メールアドレス、情報送信の許可を手に入れることがあなたのサイトを Tollgate(料金所)にする最短の方法なんです。

では、一体どのような方法が効果的なのか？

もちろんポップアップを利用するのが効果的な方法です。しかし、メールアドレス、名前、情報送信の許可を取り付けることに特化したソフトウェアソリューションがアメリカにはあるんです。それもボタンを3回押ししてもらうだけでフリーメールアドレスではなく訪問者のプライマリーアドレス、通常訪問者が親しい人とメールをやり取りするアドレスと表示名を訪問者の承諾を取り付けながら吸い取ってあなたの指定したメールアドレスヘデータを送信してくれるんです。

言葉で説明するよりも具体的な例を見たほうがわかりやすいとおもいます。このURLをクリックしてください。 <http://www.e-brainers.com/magicsubscriber/>
表示させる語句は自由に設定できます。この簡単な3ステップで簡単にデータを吸い取ってしまうんです。

このマーケティング戦略は爆発的に効果を発揮しました。まだ、日本ではあまり出回ってはいないと思います。



The Amazing Prediction for Pop-Ad!

あなたの成功を確信します。



Masatoshi Kobayashi

brainers

追伸：さまざまなインターネットマーケターが活用するツールは：

<http://www.infobrainers.com/>

追伸 2：brainers へのお問い合わせは：

<http://www.e-brainers.com/contactus.html>