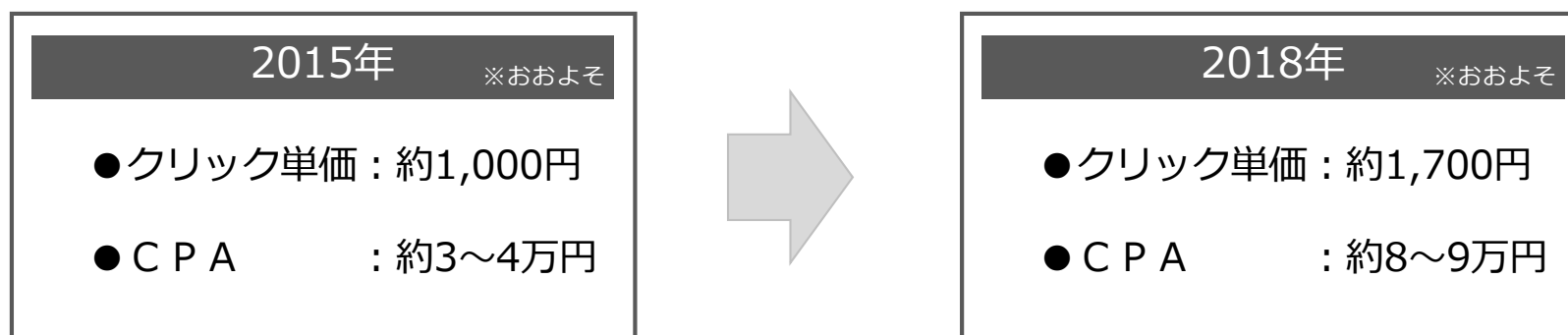


「費用対効果」の課題

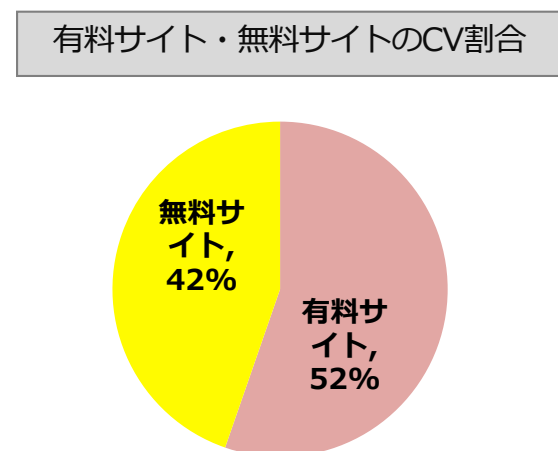
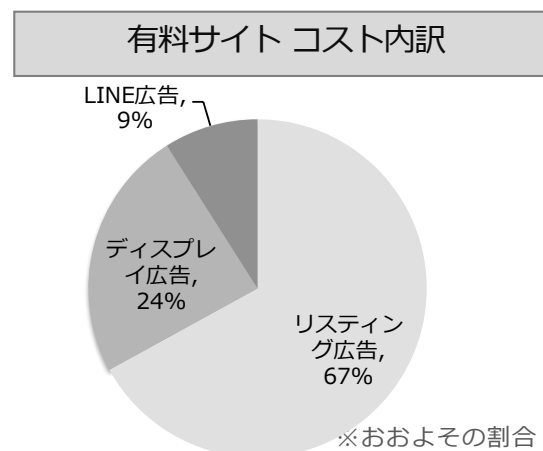
WEB獲得が困難になり、CPAが高騰している

■ 広告効果の低下 例) リスティング広告



■ 集客効率の低下

- 有料サイト
- 無料サイト



【目的】

- 看護師の登録人数を増やす
- 売上を上げる

目標

- 年間登録者数：1万人 → 1万3,000人
- CPA : 30,000万円 → 25,000円

※全体のCPAを下げながら、
継続的に質の良い看護師を集める

手法

新規

既存の広告集客に加えて、
"無料サイト"で集客する。

既存

- 仮会員の「本会員」対策強化
- サービスへの接触機会を増進

ターゲット

ターゲットの属性に合わせた施策が必要

「現職」
看護師

例)

- スケジュール管理アプリ
- お悩み相談

「元」
看護師

例)

- 復職した看護師の体験談
- コミュニティサイト

看護
「学生」

例)

- 就職セミナー
- 面接ノウハウ

新規獲得を増やしながら全体CPAを下げるには 「無料サイト」からの集客が必要です。

