

株式会社ピーシー・ブレイン 047-311-6677

☆今月のメニュー

□活用講座
タイプ別ホームページ活
用の基礎

□お客さま事例のご紹介
東和オートさま

□お知らせ
SEO診断レポートサービス
お客様の事例を募集します

ホームページ活用講座 タイプ別ホームページ 活用の基礎

- ◆ 販売
- ◆ 来店促進・誘導
- ◆ 資料請求・問合せ
- ◆ 製品・サービス紹介
- ◆ 会社案内
- ◆ 求人

こんにちは、ピーシー・ブレインの高山です。
気がつけば8月もおしまい、今年は暑くなかったせいか盛り上がりがないまま夏が終わってしまいそうです。
この8月には国政選挙がありますが、最近の選挙活動ではインターネットの活用がどんどん進んでいます。公職選挙法の制限で期間中のホームページ更新こそできないものの、動画サイトを使ったネガティブキャンペーンの展開などネットならではの利用法も見受けられます。興味のある方は Youtube あたりで検索してみてください。
さて、今月も、ホームページの活用方法を中心とした「WEB マーケティングのヒント」というタイトルで、お役に立つ情報をお届けいたします。

タイプ別のホームページ活用ポイント

ホームページはその目的に応じていくつかのタイプに分類することができます。

例えば次のようなものです。

- ◆ 販売
- ◆ 来店促進・誘導
- ◆ 資料請求・問合せ
- ◆ 製品・サービス紹介
- ◆ カスタマーサポート

- ◆ ブランディング
- ◆ コミュニティサイト
- ◆ 会社案内
- ◆ 求人

中小企業では、以前は会社案内タイプのホームページが圧倒的に多かったのですが、最近では事業の成果をより向上させるためにホームページを利用する、リニューアルするケースが増えてい

ます。

ホームページを効果の出るビジネスツールとして、その目的に応じた対応・運用が必要です。

今回は、代表的ないくつかのホームページのタイプ別に特徴と活用のポイントについて取り上げて説明します。

販売目的のホームページ

ホームページ上で商品またはサービスの販売を行うことを目的にしています。EC サイトと呼ばれる方もあります。

▼役割・機能
「ショッピングカート」「決済」機能を連想する方も多いのですが、これらは必須ではありません。まずは、販売するために必要な情報（住所、販売商品）を購入者からの取得することが必要です。

▼特徴
販売のステップのうちどの部分までをホームページに担当させるのかによって必要な機能が異なります。在庫や支払方法については受注後に確認する方式であれ

ば、もっともカンタンなスタイルで、申込情報だけを取得できれば大丈夫です。

逆に決済や在庫・物流の手配までも自動化しようとする、決済システム、在庫管理、物流システムとの連動や連携が必要な大がかりな「システム」に発展していつてしまいます。

▼活用のポイント
店舗とは異なり出店した（ホームページを開設した）だけでは、**自然に売れるということはありません**。店舗であればよほどの場所でない限り一定の人通りはありますが、ホームページの場合には知ってもらうための工夫・努力が

不可欠です。このあたりはインターネット・ホームページというよりも**通信販売のノウハウ**が必要になってきます。

通信販売では、広告宣伝に関する費用の割合が店舗・対面販売に比べて高くなりますが、これはインターネットでも同じです。全く広告費をかけずにネット通販で商品が売れるということはありません。ただ広告の掲載先は必ずしもインターネットである必要はないので、媒体は選びましょう。もし、新たに販売サイトを立ち上げて直販したいのであれば、通信販売についての知識を得ることが最初に必要なことです。

資料請求・問合せが目的のホームページ

ホームページを通じて商品やサービスの案内書や紹介資料などを請求、あるいは問合せをもらうことを目的としています。

▼役割・機能
資料を送付するために必要な情報を取得する必要があるため、申込フォーム等が必要になります。

▼特徴
価格が高額ですぐにその場で購入には至らない商品・サービスを取り扱っている場合や、購入決定までに時間を要する場合、まず資料を請求してもらうという営業スタイルに適しています。法人向けの商材やサービスの場合に、この形態

はよく見られます。個人向けでは、サンプル請求という形を取っている場合もあります。

▼活用のポイント
いかにして資料を請求してもらうかの一点につきます。そのためには、まずどんな資料が手に入るのかをしっかりと説明しておく必要があります。ところが、実際には送付する資料の内容についてほとんど説明していないケースが少なくありません。人はどんなものが手に入るかが明確にイメージできないとなかなか請求しようとは思いません。資料の外観・自身の写真を掲載することだけでも、良

い印象を与えることができます。ところで、資料請求という行動を起こすきっかけは、人によって異なります。どんな情報・記事を読んでいてもそこからスムーズに資料請求できるようなナビゲーション・を考えましょう。

請求・問合せ方法については、フォームだけではなく複数の手段（電話等）を用意してください。私たちのケースでも、フォームからの請求・問合せと同じかそれ以上の割合で電話での問い合わせがあります。そのためにも連絡先として電話番号は目立つところに表示すると良いでしょう。





ホームページの利用方法は他にもいろいろあります。

▼ブランディング

最近ではインターネットを利用して、ブランディングに成功している中小企業もあります。これらの企業のブランドとは、決してロゴやイメージではありません。しっかりとした価値を提供することで成り立っています。

ところが、このブランディングは、ホームページだけで実現するのは簡単ではありません。

ブランディングでは、一貫したメッセージを、実際の商取引だけでなく、顧客フォローやPR、広報といった様々な機会やチャンネルを通じて伝えてゆく必要があるのです。

中小企業では社長の(社内外への)影響力が大きいので、社長の想いやメッセージを商品・サービスと共にブログなどを通じて伝えてゆくことからスタートすると比較的取り組みやすいでしょう。

来店促進・誘導目的のホームページ

店舗などへ実際に足を運んでもらうことを目的としています。

▼役割・機能

飲食店や小売店、サービス業など店舗型ビジネスで、店舗に来ることによって得られるメリットを紹介・提供し、必要に応じて予約受付も行います。

▼特徴

リアルタイムである必要はありませんが、即時性がある方が有効なことが多いのと、外出先からそのまま来店につながることもあるので携帯サイトとして提供されることも少なくありません。この場合は、来店特典として、クーポンの発行と併せて提供されることが多くなってい

ます。また、来店時に店舗内のポップなどからアクセスしてもらうような使い方もあります。

相談やお試し利用などのために来店してもらう場合には、日時の調整など予約してもらうための仕組み(フォーム)を持っています。

▼活用のポイント

店に足を運びたいくなるような情報の提供が欠かせません。クーポンなど金銭的なメリットもそうですが、店舗の様子や店長やスタッフなどの雰囲気や伝わりと安心感、親近感につながります。

また、意外と忘れられがちなのが、店へのアクセスの方法です。地図は用意してあっても分かりにくい、

店の周辺だけしか記載されていないと駅からだとどりに着くのが難しいケースがあります。外観写真を掲載しておくのも一つの方法です。自動車では行けない場所で駐車場がすぐ近くにない場合や、分かれている場合などは併せて掲載しておくのが親切です。

営業時間や営業日の掲載、連絡先電話番号等を記載していないケースもありますが、必須です。なお、来店の目的が購入ではない場合には、「売り込まれるのではないか」という不安を解消するためのメッセージが欠かせません。例えば、体験者の声を掲載しておくことでアリティが増し安心感を与えることができます。

製品・サービス紹介中心のホームページ

カタログのように商品・サービスの情報提供を中心としています。

▼特徴

昔作られたホームページによく見られるタイプです。最近では、取り扱う商品やサービスの点数が多い、あるいは説明するための情報が多量で紙の資料では不十分な場合や、商品サイクルが短くて紙の資料では非効率なケースで、資料の情報を補完するために利用されます。

▼活用のポイント

商品を探してもらうためには、分類

や検索など操作性に対する配慮が欠かせません。

カテゴリや分類別に掲載する際には、販売者側の分類ではなく、**購入者側の視点で分類**しておく方が探しやすく便利です。

専門的な機器・機材では、調達の際の仕様書に記載する情報源として引用されることもありますので、これらの資料に必要な情報を掲載しておくのが有利です。

専門性が高い商材では、型番・品番・仕様などで検索されるケースが多く、SEO(検索エンジン対策)

を考慮すると成果が得られやすくなります。業界で利用されている用語の記載も効果的です。なお、今の時代は単に製品・サービス情報を紹介するだけで、売上アップに結びつくことはありません。既存の営業プロセスに応じた工夫が必要です。例えば、詳細な商品情報を閲覧するために先にコンテンツ情報を登録してもらう、資料請求と組み合わせるなど営業のための情報を取得する仕組みを併せて考える必要があります。

求人を目的としたホームページ

人材募集のために求人サイトと連携あるいは自社独自の情報提供を行います。

▼特徴

求職者の年齢が低いほどホームページで事前に情報を収集するようになっていきます。求人に関する情報がないホームページは、その点

で大変なマイナスになっています。現在の採用予定の有無だけでなく、最近ではどのような人材を求めているのかを年間で掲載するケースが増えています。応募は求人サイトに誘導するケースと、自社でフォームを用意するケースの2通りがあります。

▼活用のポイント

募集する人材の条件だけでなく、企業として経営者としての想いをぜひ掲載してください。なお、飲食店や小売店などでは、雰囲気が伝わるので間接的な求人ツールとして店長やスタッフの**ブログ**を利用するのも有効です。

会社案内中心のホームページ

会社案内資料のオンライン版です

▼特徴

会社案内・会社概要は、ホームページの情報の中でも、実は最もよく参照されるコンテンツです。大手企業とは異なり、元々情報が少ない中小企業では取引先の開拓や営業情報の収集先として参照されることが多いのです。

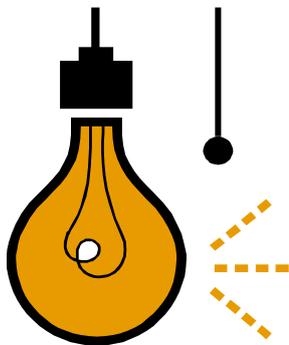
▼活用のポイント

隠す必要がなければ、できるだけ多くの情報を掲載する。資本金などは通常はあまり気にしない項目ですが、初回取引の際やパートナーを探している場合などは企業規模や信用力の目安としてチェックされるケースもあります。情報がなければ候補から漏れてしまうのです。最近では会社法の変更で株式会社であっても資本金

額が1千万円未満のケースもあります。そういった企業との違いを示したい場合にも有効です。同じように社歴の長い企業などは、創業年の記載は信用アップにつながります。なお、ホームページに連絡先を記載していないケースがありますが論外です。必ず**連絡先は目立つように掲載**しましょう。

お客さまご紹介 ～ 民間車検場 東和オート様 ～

公開してすぐに修理依頼のメールが来て驚きました



私たちピーシー・ブレインのサービスをご利用のお客様には実に様々な業種の方がおられます。

地元密着で商売をされている法人様から、飲食店、ネットの通信販売に力を入れている店舗、さらに公共団体、大学、予備校などの教育機関まで。

まったく異なる業種でも他社のホームページ活用事例というのは集客力アップのために非常に役立つものです。

今回は松戸市東松戸の民間車検場「東和オート」の湯浅店長よりいただきました声をご紹介します。

貴社のインターネット集客のヒントとしてご活用ください。

■はじめは自分で作って挫折

あつて当たり前…と言われる時代の中、自分達がホームページを持っていないことを非常にマイナスに感じていました。そこでまずはじめは自分で作り始めたんです。本業の合間に勉強しながら少し作って中断して、また始めて中断して…。そんなことを繰り返して2年ぐらいいつてやっとなりました「できるわけがない」と(笑)。

そこから制作会社をインターネットで探し始めました。

管理やメンテナンスも含め長く、継続的に付き合いさせていただきたかったので、条件は「とにかく近い」こと。電話やメールだけではなく、直接お会いできる距離の会社を探し、一番初めに会ったのがピーシー・ブレインさんでした。

本当は何社かお話を聞こうと思っていたのですが、そのままピーシー・ブレインさんにお願いすることにしました。決め手は「売り込まれなかった」ことですかね(笑)。盛永社長は良いことだけでなく、悪いことや気をつけたほうが良いことまできちんとお話しくださるので、こちらも色々聞きやすいし言いやすい。

盛永社長の話で強烈に印象に残っているのが「私たちはホームページ制作会社じゃない。集客コンサルタントです。ただ集客するための一つの手段としてホームページを作る技術を持っている」という言葉です。あの頃は「ホームページを作る」ことが目的と思っていましたから、それが「手段」という意識に変えられたのはすごく大きかったです。

ホームページを作る前は「本当に思えるものができるのか」「問い合わせが来るのか」「活用できるのか」と不安でしたが、開設してすぐに修理依頼のメールが！

その後も1日2件位のペースで車検や修理、ETC 取付のお問い合わせメールや電話が入るんです。

正直、ホームページを見てウチに来ることがまだ信じられず。

なので、当時いらしたお客様に「なんでうちを選んだのか」聞いてみたんです。

すると皆様ホームページを見た印象として「真面目そうだったから」「きちんと対応してくれそうだったから」と。

■伝えたいことが伝わる HP

「決して特別安いわけではないけれど、とにかく真面目、丁寧にやっています！」ということをホームページで伝えたい」とピーシー・ブレインさんをお願いした後は、僕は担当の藤井さんのアドバイスと指示に従って動いただけなんですけど、お客様の反応をみると当初僕が作りかけたものと1mmもずれていないものが出来上がったんだ！ということを実感しています。

ホームページからのお客様は、ありがたいことにその日にそのまま車をお任せして下さる方がとても多いんです。

ホームページで当店の考え方や姿勢に共感して下さった上で来て下さるので、信頼関係を築くペースがご来店の時点で出来ているからなんですよね。



もう2回目の車検をお任せ頂いている方もいらっやいますし、その後も継続的に多くのお客様と良いお付き合いをさせていただいています。

現在もコンスタントに月10～15件、新規のお客様からのお問い合わせを頂きます。お陰様でブラインドタッチが確実に速くなりました。(笑)

東和オートの一員として、ホームページは本当にしっかり働いてくれていますよ。

民間車検場 東和オート
湯浅店長

車に疎い女性から、こだわる男性の方まで、安心して車の全てをお任せできる東和オートさん。店長の湯浅さんを筆頭にスタッフの方全員が明るい！丁寧！親切！真面目！

そうした「安心と信頼」の高レベルなサービスを閲覧者の方に伝えられる構成を目指しました。

検索エンジンでも大手車検チェーン等を抑えて「車検 松戸」で1位を獲得しています。

WEB制作グループ 藤井

■東和オート

<http://www.towaauto.co.jp>



【お知らせ】

ピーシー・ブレインでは、今後もニュースレターなどを通じてお客様の活用事例をご紹介してゆく予定です。

このような形で取り上げて欲しいと希望される方は、遠慮無く当社担当までお申し出ください。

株式会社ピーシー・ブレイン

〒270-2253
千葉県松戸市日暮 1-2-6
勝どきビル3F

電話番号
047-311-6677

Fax
047-311-6678

E-mail
info@pcbrain.co.jp

営業時間:
9:00～17:30

地域で一番ネットを使った商売に
詳しいコンサルティング企業

- Web マーケティングコンサル
- ネット集客支援
- ホームページ制作
- SEO リニューアル
- WEB システム開発



当社 Web サイト

URL:
http://www.pcbrain.co.jp
http://www.webquick.jp



お知らせ

■SEO 対策の第一歩、あなたのホームページの SEO 実力を診断しませんか？

SEO 対策に悩んでいる、対策したいのだが具体的にどうすれば良いかが分からない・・・そんな悩みをよく耳にします。SEO 対策を効率的に進めていくためには、闇雲に何かをやってみるのではなく、まずは何より「現状分析」して状況をしっかりと把握することが大切です。このような悩みを持っていませんか？



- ✓ いろいろな努力を重ねて SEO 対策に取り組んでいるのに、順位がなかなか上がらない。
- ✓ 現状、どういう対策を取るのが一番有効なのか？弱い部分はどこなのか？
- ✓ SEO 対策としてどの程度完成しているのか？

私たちは制作の際に SEO 対策を実施する前には、必ず現状分析を行います。このレポートを手に入れて、あなたも次のようなメリットを手に入ってください

- ✓ 現状、どういう対策を取るのが一番有効なのか？弱い部分はどこなのかが分かります。
- ✓ SEO 対策としてどの程度完成しているのかが分かります
- ✓ SEO 対策による改善が期待できることが分かります

詳しくは担当または、ホームページへ ☞ <http://www.webquick.jp/c/seodiag.html>

■ホームページを定期的に更新しましょう

- ✓ 新製品・新サービスを取り扱っているのだがホームページが古いまま
- ✓ 新しい店舗、スタッフの情報も書き換えたいけど古いまま・・・
- ✓ ホームページもパソコンも詳しいスタッフがなくて困っている

そんな悩みをお持ちの方に会員制のホームページ更新＆サポートサービスの提供を開始しました。詳しい内容・資料については、いますぐ弊社担当者までご連絡・ご相談ください。

■低コストで売上アップ！ ホームページ活用に役立つガイドブックを無料プレゼント ～ かんたんに更新できる企業ホームページの作り方 ～

更新費用を抑えつつ売上アップにつながるホームページの作成方法が分かるガイドブックが今なら無料で手に入ります。A4 ページ2段組で 41 ページ、単行本にすると一冊に相当するだけのボリュームをもったガイドブックです。インターネットビジネスに必要な「ホームページ活用のエッセンス」を凝縮していますので、これを一冊読めば、他の書籍を読む必要はありません！



いまならこのガイドブック(製本版は有料:1500円・税込・送料込)を無料でプレゼントしています。

ご希望の方は、いますぐ担当者にご連絡いただくか、次のページからお申込みください。

<http://www.webquick.jp/c/guidebook.html>
他にも以下の役に立つ情報冊子を用意しておりますので、こちらも併せてご請求ください。

- ◇自分で更新できる SEO 対策
- ◇集客ホームページ作成講座(基礎編)
- ◇ホームページ関連サービスのご紹介



あとながき

最近になって Twitter(ツイッター)を始めました。サービス自体は数年前前から知っていたのですが、何をどうやって「つぶやく」のかも分からず気にしていなかったのです、ここに来て急に注目度が上がっているのを感じて慌ててアカウントを開いたばかりです。ワールドビジネスサテライトでも取り上げられていましたが、うまくビジネスにつなげている企業も出てきているので、やっぱり試してみ必要があるのかと、つぶやいています。(高山)

ニュースレターを読んでの感想、取り上げて欲しいテーマ、相談など、ぜひご意見をお聞かせ下さい！
→ FAX:047-311-6678 / 電子メール: info@pcbrain.co.jp

株式会社ピーシー・ブレイン

発行責任者: 高山卓巳
〒270-2253 千葉県松戸市日暮1-2-6 勝どきビル3F

TEL: 047-311-6677 FAX: 047-311-6678 Email: info@pcbrain.co.jp

