

株式会社ピーシー・ブレイン お問い合わせ電話番号:047-311-6677

☆今月のメニュー

■事例を掲載しましょう

- ◆なぜ事例が良いのか
- ◆事例紹介の工夫
- ◆事例にもいろんな種類

■新着・お客様紹介

★制作事例ページをリニューアル

『ピーシー・ブレインの制作事例ページをリニューアルしました。』

ピーシー・ブレインの制作事例を、業種別、地域別、制作コース別にご覧いただく事ができるようになり、よりイメージに近いホームページを検討いただけるようにしました。

アクセスは当社ホームページの「制作実績」からどうぞ。

<http://www.pcbraint.co.jp/jirei/>



こんにちは、ピーシー・ブレインの高山です。
先日発売されたインターネット白書 2011 では、スマートフォンの所有率が 14.8%を超えたと紹介されています。私の周りでも従来の iPhone ユーザーとは別のスマートフォン利用者が着実に増えるのを実感していただけにそれを裏付けるような調査結果になっている訳ですね。
さて、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、情報をお届けいたします。

ホームページでの事例掲載

情報収集の手段としてホームページを利用すること
なぜ情報を集めるのかを考えると分かります。

訪問者である見込み客は、解決したい問題や悩みを抱えている場合がほとんどですが、そのホームページで紹介されているサービス・製品が本当にその問題を解決してくれるのかどうかを判断しようとしているのです。本当にこれが役に立つのかどうか不安に感じている訳です。

こういった不安は、いくら機能や特徴を説明されたら

ろで、解消するものではありません。
人によってはかえって胡散臭く感じてしまうでしょう。

一方で人は他人のうまくいったという情報に対して非常に敏感です。

ホームページで事例を紹介するのは、このような不安状態を解消するためにはとても有用な方法です。

今回は、ホームページでの事例紹介・事例掲載というテーマで話を進めてゆきます。

なぜ事例がよいのか

見込み客がホームページを訪問した時点は、まだ何の決断もできていません。判断基準の無いままにホームページを眺めていることも多いのです。

▼不安な心理状態

ホームページにたどり着いたところで、そこに掲載されていることが本当に自分たちにとって有用なのかどうかについてはとても不安な状態です。

自分たちがその商品、サービスを利用するとどのような結果になるのか、自分たちで使いこなせるのか、業種・業態にマッチしているのか等々…想いを巡らせながら記事を読んでいる訳です。

その際に、自分自身と共通点がある他社の事例やお客様の声載っている、さらにその結果としての成功事例が掲載されているのを見ることで、安心感を得ることができるようになります。

▼コンテンツとしての作りやすさ

ホームページは定期・不定期に更新して情報をアップデートするのが望ましいのですが、ネタに窮してしまい長続きしないケースが少なくありません。
そこで私たちがおすすめしているのが、事例の掲載です。
商売が続いている限り、事例のネタが尽きることはまずありません。

事例紹介での工夫

事例をホームページで紹介をする際にも、ちょっとした工夫がありますので、ヒントとして使って下さい。

▼視覚による訴求を考える

「百聞は一見にしかず」という言葉があるように、どんなに口頭で説明されてもイメージできない場合があります。

また「良かった」「安心」「大丈夫」という感覚・感想を表すような文字表現では、実際のところどうなのかという不安・不信感を解消するのはなかなか難しいものです。

一方で、人の「視覚情報への信頼感」は強力です。ですので、これを利用しない手はありません。具体的には、写真、図、動画なども織り交ぜて説明すると、印象度、理解度は格段にあがります。

サービス業や接客を伴うような場合であれば、スタッフ写真などがあるとさらに親近感と安心感が増します

▼第三者の評価としての意味づけ

情報を収集している側は、その情報とともに判断基準を

探しています。
この時に、探している側と共通点のある他社事例やお客様の声を見つけることができれば、それは第三者の評価となります。第三者からの評価は当事者の表現とは異なり、客観的であるため比較的すんなりと受け取ってもらうことができます。

なお、取引先がわざわざ事例掲載に許可を出してくれているという側面からは、お客様との良好な関係を伝えることができ、よりよい印象を与えることができます。

▼お墨付きとして

事例の中に、「公的機関」「大手企業」や「著名人」が含まれている場合には、印象はより強烈になります。

その企業や人が、あなたの商品・サービスに対してお墨付きを与えたことになるからです。

また、ISOなどの規格や指標に対応・準拠した実績であれば、そのことを明示することで同じように良い印象を与えることができます。

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

受付時間:
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 リフォーム
- WEB システム開発



当社 Web サイト

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



事例にはいろいろな種類があります

業種、商品、サービスや顧客のタイプによってもいろいろな種類の事例が考えられます。よくあるのは、商品・サービスそのものを紹介するケースです。施工事例、制作事例、導入事例などがあります。製造業からサービス業まで、B2B、B2C 問わず多くのビジネスに該当します。商品の利用方法(使い方や、調理方法、レシピなど)を紹介することでより具体的にイメージしてもらう方法もかなり有効です。成果を強調したい場合には、成功事例や実績という形

で紹介するケースもあります。キャンペーンや販促関連、教育などに比較的多く見られます。また、商品・サービスの利用ではなく、その前段階の問合せなどについても、相談事例という形で紹介することで、問合せに対する敷居を下げる事が、可能です。ちょっと違ったところでは、スタッフの採用事例を掲載するのも求人などの際には大きな力を発揮します。立場・視点を変えることでいろいろな事例のネタを思い浮かべることができます。

当社の場合

ピーシー・ブレインでの事例掲載について参考にご紹介しましょう。

当社でも制作事例は、問合せの多い事項の一つとして重要なコンテンツとして考えています。このため、制作事例のメニューを用意して紹介するだけでなく、トップページでも紹介するようにしています。事例紹介にあたっては、利用するケースを想定していくつかの切り口を用意しています。まず見込み客が、自社への適用を検討する際によく利用する切り口である「業種別」「地域別」での事例を紹介

介しています。特に私たちのような地域エリアで事業を行っている場合には、顔の見える企業との取引先を探しているケースが少なくなく、エリアというの大きな判断材料になっています。上記の切り口とは別に、当社では複数の制作サービスを提供しているため、それぞれの違い、特徴を理解していただけるために「制作プラン別」の事例紹介も掲載しています。

提供するサービス・商品や顧客層によって切り口は変わってきますが、参考にさせていただければと思います。

お客様のご紹介

【e 食品循環】



今回ご紹介するのは、株式会社根上産業様の運営する「e 食品循環」ホームページです。

■事業概要
根上産業様では、業務から出た生ゴミの処理について、処理量やゴミの種類、業態、コストなどから食品リサイクル法に対応した適切な処理方法のコンサルテーションを行います。

■ホームページの特徴
業務用生ゴミ処理機の選定方法や自社処理とリサイクル業者利用のコストなどを解説した生ゴミ処理入門、生ゴミ処理機を実際に導入したことでトラブルが起こった失敗例など、豊富なコンテンツをわかりやすく整理、ナビゲーションを構成しました。

■制作上の工夫など
ホームページ内の一部は社内でスタッフ様が簡単に更新できるよう Movable Type をベースとした CMS を組み込んでいます。

・e 食品循環
http://www.syokuhin-junkan.com/

・制作事例の紹介

ニュースレターを読んだの感想、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

