

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

■魚釣りに学ぶ ホームページの集客

- 魚釣りと集客の共通点
- 釣る魚を決める
→ 見込み客を選定
- エサを用意する
→ 魅力的なコンテンツ
- 魚のいるポイントを選ぶ
→ 見込み客の集まる場所

■CMS、ECサイトツールの セキュリティ

- セキュリティアップデートは
自己責任が原則に
- 不正アクセスに狙われる管理
画面

【集客の受け皿】

集客の受け皿としては、フォーム（問合せ、申込み、注文）を利用するのが一般的です。

一連の流れを考えるとホームページでプロセスを完結することはスムーズです。

ただ、問合せしてくる人たちの中にはとにかく手っ取り早く用件を済ませたいと考える人も多いものです。

このため、すべてをネットで完結させる必要はありません。電話・FAX、場合によってはチャットなどを用意する方が望ましいです。

特に電話は、臨機応変な対応ができるので、準備ができていればより成約を増やすことができます。

こんにちは、ピーシー・ブレインの高山です。
まもなくサッカーワールドカップ出場のかかった日本代表の試合がありますね。今回は日本で出場が決まる可能性が高くチケットの抽選倍率は50倍だったそうです。残念ながら出遅れた私はテレビで観戦です(^;)
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」というタイトルで情報をお届けいたします。

魚釣りに学ぶホームページの集客

ホームページは、営業のプロセスの一つとして利用されることが多いのですが、この中でも見込み客を集める「集客」とは非常に相性が良いのです。ネットショップのようにホームページ上で販売することを目的する場合もありますが、B2Bと呼ばれる企業間取引や店舗型ビジネスの場合には、販売についてはネット上で行わずに店舗やオフィス、営業マンを介したオフラインで対応するようにして、ホームページに集客を担当させる方が効率的です。

このホームページでの「集客」ですが、ともすれば対象がぼやけがちです。どんなお客さんを集めたいのかを尋ねると、少なくない方が「できるだけ大勢の人」「(〇〇の人)全員」といったことを口にします。でも、これは実際にはあり得ない話です。

そこで、より現実的に「集客」をイメージしてもらうために、私たちはある例えを使って説明することがあります。

それは、「魚釣り」です。

ホームページでの集客の要素と魚釣りには、実は共通する考え方があります。また、魚釣りをしない人たちにも比較的イメージしてもらいやすいため、理解しやすいという特徴があります。

そこで、今回はホームページでの集客について、魚釣りに例えて改めて解説してゆきます。



魚釣りと集客の共通点とは

魚釣りの際に考えることは、大きく次の3つです。

- ✓ 釣る魚を決める
- ✓ エサを決める
- ✓ 釣る場所を決める

これを集客と関連づけると次のようになります。

魚釣り	ホームページ集客
釣る魚を決める	見込み客像を特定する
エサを用意する	魅力のあるコンテンツ、フック、オファーを用意する
魚のいるポイント選び	見込み客のいる場所を見定める



もちろん他の要素もいろいろありますが、この3点が基本であることは、魚釣りをしない方でもお分かりいただけるはず。

釣る魚を決める → 見込み客の選定

魚釣りをする時は、何はともかくまず「どの魚を釣るのか」を考えます。

釣りた魚も決めずに、いきなり釣りには行きません。

釣る魚を決めてから、その魚に合った「エサ」と「釣り場所」を選びます。

「釣る魚」が決らなければ、どんなエサを選ぶのか、どの場所で釣るのかはきまりませんよね。

ところが、いざ集客の相談になると

「〇〇の集客には、ホームページとブログ、どちらが効果的ですか？それともチラシが良いですか？」

「facebook って、やっぱりやったほうがいいですか？」

「メールマガジンはやっぱり送ったほうがよいのでしょうか？」

という質問をされることがあります。魚釣りと言えば「釣る魚」が決まっていなのに、どんな「エサ」が良いのかを聞かれているようなものです。

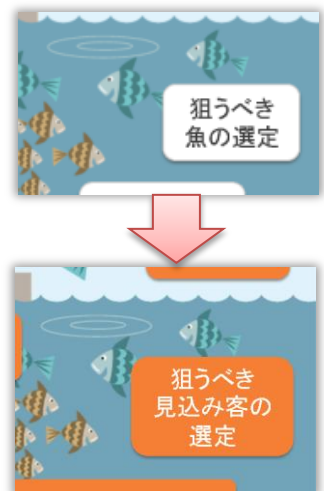
実はホームページの集客で困っている企業の多くはこの「釣る魚」、つまり「**どんな見込み客に集まって欲しい、問合せして欲しいのか？**」という部分が決まっていないのです。

まずは「誰」に問合せして欲しいのか？という「釣る魚」が決まっていないと、どんな「エサ」が良いかは、答えようがないのです。

ちなみに、見込み客の特定は、より詳細に、それこそ顔が浮かぶくらいまで、できるだけ具体的に設定することが重要です。

「魚」という名前の魚はいませんね。具体的な魚種を決めて釣りますよね。

(人物像は「ペルソナ」と言います。右図にサンプルを示します)



松田 由	
年齢	34歳
性別	女性
住所	新松戸
学歴	大
教育	日本女子大学 社会学部
時代、学生時代の特徴	アクティブ、友達多い、リーダー
職歴	コソラングループに就職⇒個人デザイナー事務所
得意分野	インテリア、デザイン
得意ジャンル	インテリア
得意スキル	リーダー経験有り
収入	現在無職⇒以前は 年収500万
お小遣い	2~3万
従事している活動	起業するためのセミナーなどを調べ参加。
他に大切にしている活動	マラソン、ヨガ
特徴	シンプル、でもおしゃれ。

エサを用意する → 魅力的なコンテンツ・オファー

次に、釣る魚が決まったら、喰いの良いエサを用意します。

魚の習性に合わせて最適なエサを選択します。魚の目の前にエサを落としたとしても、興味がない・嗜好が合わなければヒットすることはありません。

ホームページでの集客の場合も、選定した見込み客が魅力的と感じる、その人に響くコンテンツを準備します。コピーやオファーも同様です。

このとき、最初に選んだものではうまく反応が得られないことがあります。

釣りでも最初に使ったエサに喰わなければ、エサを変えて反応があるまで試行錯誤を繰り返してゆくことがあります。

一度作ったホームページの内容が最初から良い反応を見せるとは限りません。反応が好ましくなければ、ページに変更を加えて手入れしてゆきます。試行錯誤して見込み客に響く内容にすることが重要です。



魚のいるポイント選び → 見込み客の集まる場所

3つ目は「場所」です。

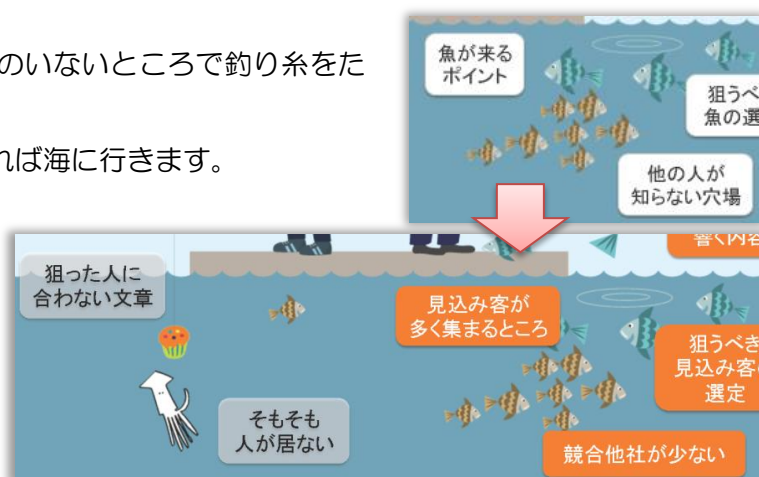
釣る魚が決まった。エサも用意した。だけど魚のいないところで釣り糸をたれても釣れません。

イワナを釣りたければ溪流に、アジを釣りたければ海に行きます。

また、同じ海でも狙うべき魚が多くいる場所を見つけて、そこにエサを落とさなければ釣れる確率はグッと下がります。

ホームページの集客でも見込み客の多い場所を見つけ出す必要があります。

このときに場所の手がかりになるものは・・・「キーワード」です。



いろいろな端末・メディア（SNS、ブログ）が登場してきていますが、検索エンジンを頼りにホームページにアクセスする人が圧倒的に多いのです。

見込み客が利用するキーワードに着目してください。

このときに気を付けるべきは、商品・サービスを提供する側が使う言葉を見込み客が使う訳ではないということです。

例えば、私たちの業種では

「Web サイト」「サイト」という言葉を通常使います。

一方で、私たちの見込み客にあたる人たちの中では「ホームページ」という言葉を利用している人の方が圧倒的に多いのです。

このキーワードの選定を誤ると、狙いとは違った人ばかりがアクセスするようになってしまいます。

キーワード	グローバル月間検索ボリューム	ローカル月間検索ボリューム (日本)
ホームページ作成	301,000	301,000
webサイト作成	18,100	18,100
ホームページ制作	9,900	9,900

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>



CMS、EC サイトツールのセキュリティ

デザインやレイアウトの自由度が高いことや、ランニング費用を抑えるために、外部のショッピングカートサービスやブログサービスの代わりに、自社独自のショッピングサイトや CMS を構築して利用されている方も最近はかなり増えています。

その一方で、自前での管理になったことで注意を要することがあります。特に留意すべきは、**脆弱性**と呼ばれるセキュリティへの対策です。

CMS として使われることの多いオープンソースの「**Wordpress**」「**Movable Type**」などは利用者が多いこともあり攻撃の対象になることも多く、脆弱性が顕在化しやすいだけでなく、実際被害にあうことも少なくありません。

PC のように「自動更新」という仕組みが組み込まれていたり、ウイルス対策ソフトが定期的に情報を更新して見張ってくれていたりすれば気が付きやすいですが、CMS などにはこのような仕組みは基本的にはありません。また、注意情報や警告にも気づきにくいものです。

さらに、CMS などのシステムそのものの**脆弱性**とは別に、「不正アクセス」にも注意が必要です。これはとても気が付きにくいのです。

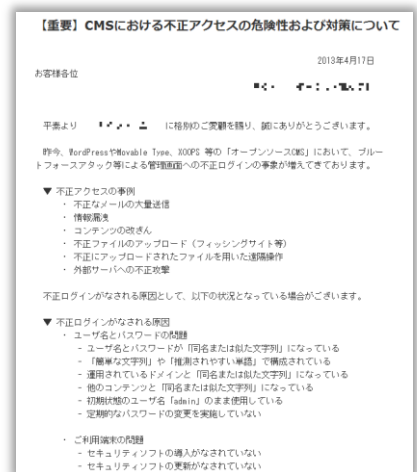
最近、特に注意が必要なのは、管理画面への不正アクセスです。これは、標準の管理者アカウントが「admin」「administrator」といった ID で設定されていることが多く、このままだとパスワードが一致すれば侵入でき

てしまいます。ひとたび侵入されるとその影響は図り知れません。このため一部のレンタルサーバー会社では右図のような**通達**も出しています。

容易に推定できてしまう英単語の組み合わせのパスワードの使用は避けるのはもちろん、可能であれば管理者アカウントを標準の admin 等から変更するなど
の対応もやっておきたいところです。

【参考】

JPCERT コーディネーションセンター <http://www.jpcert.or.jp/>



ニュースレターの感想、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