

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

ホームページ作成後に
やっておきたいこと

□お知らせ

ホームページ活用講座

～ 公開後にやっておきたい5つのこと
プラス1

- 検索エンジンに登録する
- ホームページを紹介する
- ホームページにリンクしてもらう
- コンテンツを追加する
- 反応を調べる(アクセス解析の利用)

◇ 広告を利用する



メキシコに端を発した新型インフルエンザですが、連日報道が続いています。事実だけでなく風評や個人の意見・勘違い・思いこみなどのいろいろなレベルの情報が混在していますね。こんな時こそ、正しい情報を入手して、正しく判断して、正しい行動をとることが必要ですよ。

こんにちは、ピーシー・ブレインの高山です。
インターネットの情報を活用するときも、情報を鵜呑みにするのではなく正しく判断と行動が必要です。

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、お役に立つ情報をお届けいたします。

ホームページ活用講座

今回は、ホームページを作成・公開した後にぜひやっておきたいことについて説明します。

ホームページの作成・制作が完了して、サーバー上で公開しても、それでホームページが完成した訳ではありません。

ビジネスツールとしてホームページを役立つ存在にするためには、その後もしっかりと手をかけて、大きく育ててゆくことが欠かせません。

放っておいていつかそのうち成果があがるようになることは決してないのです。

とにかく思いつくことを何でもやってみることも

大切ですが、そんな行動の参考となるための、ホームページをうまく育てて活用してゆくためのヒントを説明します。

ここでは次のような5つのポイント(+おまけ)について説明しますので、ホームページ活用の参考にしてください。

1. 検索エンジンに登録する
2. ホームページを紹介する
3. ホームページにリンクしてもらう
4. コンテンツを追加する
5. 反応を調べる(アクセス解析の利用)

+1 広告を利用する

検索エンジンに登録する

ホームページは公開すれば放っておいても勝手に見に来てもらえるほど甘くありません。現在では、検索エンジンを使って検索した結果を見て、ホームページにアクセスしてくる人がほとんどです。ですから、検索エンジンにあなたのホームページを知ってもらうことが重要になります。

そのためには、まず検索エンジンに対して「**ホームページの登録**」が必要になります。

この検索エンジンへのホームページ登録には大きく次の2つの種類があります。

- 無料で申請できて自動的に登録してもらうタイプ
- 有料で審査してもらいカテゴリ別の一覧に登録してもらうタイプ

検索エンジンの通常(キーワード)検索で対象となるのはロボットによって自動登録されたホームページですが、同じ条件であればカテゴリ登録しているホームページが検索結果のより上位に表示されるようになっています。

検索エンジンのカテゴリ登録は、SEO 対策として有効な手段の一つですので、ホームページを集客手段としてしっかりと活用したい方にはこのカテゴリ登録サービスの利用をおすすめします。

国内の検索エンジンではYahoo!が有名で利用者も多いのですが、このYahoo! には、「Yahoo!カテゴリ」というサービスがあります。
<http://dir.yahoo.co.jp/>

このカテゴリに登録にするた

めには「Yahoo! **ビジネスエクスプレス**」という有償サービスを利用します。

ビジネスエクスプレス自体には、直接申込みこともできますが、取り扱いしている広告代理店やホームページ制作業者などが申請を代行している場合もあります。

審査料金は、取扱商品や業種によっては異なりますので事前に確認してください。

Yahoo! カテゴリ以外には、

- Jエントリー
<http://www.jlisting.jp/jentry/>
- クロスレコメンド
<http://www.xlisting.co.jp/Service/Xrecommend/index.html>

といった同種のサービスがあります。登録先は異なります。



今回ここでは掲載しませんが、SEO 対策についてもホームページ公開後も継続的に取り組んで欲しいことのひとつです。

ホームページの作成時の設計段階でもSEO については考慮しますが、これはあくまでも仮説です。

実際にホームページを公開した結果、この仮説通りになっれば良いのですが、必ずしもその通りとは限りません。

流行・イベント・季節変動などの外的な要因によって仮説の前提が変わってしまうこともあります。

SEO 対策といってもいろいろなレベルがありますが、特に「キーワードの選定」については日頃から意識しておくことが大切です。アクセス解析で分かることもありますが、何気ないお客さんのひとことや問い合わせの電話・商談の中にヒントが隠れていることも少なくありません。

ホームページを紹介する

最初に検索エンジンへの登録について説明しましたが、ホームページにアクセスするきっかけは、なにも検索エンジンだけとは限りません。

ホームページを知るきっかけとなる媒体が紙であることは意外と多いものです。そこで、

- ✓ 名刺
- ✓ 会社案内
- ✓ チラシ
- ✓ ポスター
- ✓ カタログ

などにホームページのアドレ

スはしっかりと記載しましょう。さらに、

- ✓ 見積書
- ✓ 請求書
- ✓ 納品書

など取引先や見込み客とコンタクトする可能性のある様々な資料・媒体にもアドレスを表示して、どんどんアピールしましょう。

既存の顧客に対しては、ニュースレターやお知らせの案内・DMなどで紹介するのも良いでしょう。

そして、忘れがちなのですがぜひ活用して欲しいのが、

「電子メールの署名」

です。目にする機会が多いので、ちょっとした工夫で効果的に知らせることができます。ぜひチェックしましょう。

他にもリリース(ニュースリリース、プレスリリース)などの広報活動を行っている場合には、これらを利用してホームページを紹介するはとても効果的です

ホームページをリンクしてもらおう

ホームページの紹介と考え方は同じです。

商工会議所や商工会などあなたが所属している団体などのホームページで紹介してもらおう(リンクしてもらおう)ことも積極的にいきましょう。

同じように都道府県、全国レベルでのビジネスディレクトリ(企業一覧)や、業界団体ホームページなどへも掲載しても

らうことができます。

また、ホームページをリンクしてもらうことで検索エンジンの評価が上がりますので、団体だけでなく知り合いのホームページなどからもリンクしてもらおうように依頼することも併せてやってみましょう。

さらに知り合いのホームページにリンクしてもらうだけでなく、積極的に「相互リンク」を進

めるのもよいでしょう。

相互リンクとは、私があなただけを紹介するので、よかったらあなたも私のことを紹介してください、というものです。

コミュニケーションが必要で手間はかかりますがSEO 対策としても有効な施策の一つです。

コンテンツを追加する

ホームページの作成が完了した直後の状態は、十分なボリュームのコンテンツ(ページ)が揃っていません。コンテンツを追加して内容を充実させてゆきましょう。

コンテンツを作成するときは、「お客さんに喜んでもらえる情報提供」を意識してください。

と言って難しく考えることはありません。実際の営業の現場(店頭)で、あなたがお客さんの前で話している内容をコンテンツとすれば良いのです。お客さんの前で話している内容というのは、お客さんが興

味を持つから話しているはずですので、この内容をホームページに掲載すれば、見に来た人は同じように興味を持ってもらえます。

「自分の言いたいこと」ではなく見た人が「知りたい」と感じることを掲載してみてください。

また、情報コンテンツ(商品・サービス情報、お役立ち情報、商品・サービス選びのヒント)以外にも次のようなコンテンツはぜひ追加するようにしてください。

■お客様の声

人は第三者の評価を気にする傾向があります。あなたが「良い」「すばらしい」という代わりに実際の利用者に代弁してもらおうことで信憑性が高まります。

■事例・実績

商品・サービスにいろいろなバリエーションがあっても、自分に合うモノが本当にあるのかということを感じます。頭の中で想像しているものが事例・実績として提示されればもはやもやした状態が整理されて購買に向けて次のステップに進むことができます。

反応を調べる

ホームページを効果の高いビジネスツールとして育ててゆくためには、何が良く何が足りないのか、現状の分析をすることが必要です。

このときに欠かせないのが「**アクセス解析**」です。

「どのくらいのアクセスがあるのか」、「どのページがよく見られているのか」、「どんなキーワードでアクセスしてくる人が多いのか」などを定期的にチェックして、検索エンジン対策(SEO)や反応率アップのために必要な情報を収集する習慣をつけてください。

このアクセス解析を利用する上でとても大切なことがあります。「**どのようにホームページを見て欲しいのか**」ということをあらかじめ具体的にしておくことです。そうでないと、結果をただなんとなく眺めるだけで感覚を頼った誤った判断をしてしまいます。

最低でもチェックしておきたい基本的な指標は次の3つです。

1. 訪問者数

何人がホームページを訪問したか
※回数(ページビュー)ではなく人数です

2. ページ毎の閲覧数

どのページがどれくらい見られているか

3. リンク元の情報

どこホームページからやってきたか

他にも「**どんなキーワードで検索してきているか**」などいろいろな指標がありますが、まずはこの3点は基本として常に把握できるようにしておきましょう。

アクセス解析ではホームページの持つ集客力を知ることができですが、実際に成約・販売・来店に至ったかどうかまでを直接知ることはできません。

この部分の数字についてはアクセス数だけでなくオフラインの数字も併せて集計・カウントしてください。

ビジネスのスタイルに応じて、資料請求、問い合わせ、申込、注文、予約、来店など様々な指標があるはずです。

この数字を目標を達成した人数として扱えば、**ホームページの反応率**を知ることができます。

この反応率は、資料請求や申込、注文への転換率という意味で「**コンバージョンレート**」とも呼ばれます。

ホームページの反応は、アクセス数の多少だけでなく、問い合わせ・資料請求へ誘導するページの作り方や、問い合わせページでの表現・メッセージなど様々な要因によって左右されます。

訪問者数だけを見て、アクセス数が少ない＝反応が少ないと考えるのは正しくありません。費用をかけてアクセス数を増やすよりも、ちょっとした表現・語句を変更するだけでも反応がアップするケースも少なくありません。

正しく情報を収集して正しい判断をする必要があるのです。

なお、問い合わせや注文といった反応を計測する際には、ホームページを見てもメールやネットを使わずに電話で連絡・問い合わせをしてくるケースがあることも念頭においておきましょう。

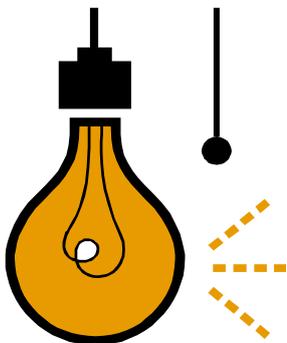
ホームページ(メール)からの問い合わせがないからといって、ホームページの効果がない訳ではありませんのでこの点を間違えると対策を誤ってしまいます。

※実際、当社でも半分以上はホームページ→電話による問い合わせになっています

アクセス解析についてはニュースレターの2008年11月号で、反応率の測定については2009年1月号でそれぞれ説明していますので、改めて確認してみてください。

※手元にニュースレターのない方は当社担当までご請求ください

【※プラス1】 広告の利用



インターネットはコストが低く抑えられる媒体です。でも、そうとは言っても全く広告費をかけずに集客するのはかなり難しいものです。

SEO や相互リンクなどお金をかけない作業を社内で行う場合であっても、そのためにかかる時間・工数は実際には人件費としてコスト要因になっているのです。

また、検索エンジン対策(SEO)を実施してみても、通常は効果が現れるまでに**数週間～数ヶ月程度**(だいたい3ヶ月程度～)の時間がかかります。

ですが、その期間を待っていら

れない、今すぐアクセスを集めたい、と考えることがあるでしょう。むしろそう考える方が一般的でしょう。

このような状況を解決するためには**広告の利用**を検討してみると良いでしょう。

広告といってもいろいろな種類があります。

ホームページで比較的良好にするのは、PPC(Pay Per Click)と呼ばれる**検索エンジン連動型のクリック課金型**(広告をクリックした時点で課金される方式)広告です。Yahoo!では、検索結果の上部と右側に表示されます



この広告は、費用対効果が高いので、初期に小予算で利用するのに適しています。

なお広告料金は、キーワードによって異なり、また広告主が入札で決定するなど慣れないと分かりにくい点がありますので、利用にあたっては、キーワードの調査・選定などと併せて経験者・専門家に相談してみると良いでしょう。

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



当社 Web サイト

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



お知らせ

■ホームページ&パソコンサポートサービスの提供を開始します

- ✓ 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**会員制のサポートサービス**の提供を開始します。
詳しい内容・資料については、**いまず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が無料で手に入ります！

～ 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！

このガイドブックを手に入れることで、

- ✓ **ホームページの更新**をどのように捉えれば良いのかが分かります
- ✓ 自社のホームページが、なぜ商売に少しも**役に立たない**のかを知ることができます
- ✓ ホームページを自社のビジネスにどう活用すればよいのか、**ストーリーがイメージ**できます
- ✓ ホームページの**反応率をアップ**することができます
- ✓ **アクセスアップ**を実現することができます
- ✓ ビジネスブログ、ブログ型ホームページのどんなところが良いのかが分かります

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、いまず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



あとがき

連休前の発行予定が作業がたて込んでしまっていて遅くなってしまいました。ゴメンナサイ。(高山)

ニュースレターを読んだ感想、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