

気付けば勝ちの、隠れた仕掛け

ホームページ集客法

新しい集客法をお探しの経営層の方へ

噂で耳に入った・・・。

あのホームページで、ライバル会社が上手くやっている。

今この時も、あのライバル会社が、ホームページから集客し、売上を伸ばしている。

いっぽう自社で何年か前、とりあえずの間に合わせて作ったホームページは、そのままではつたらかし状態。問い合わせも、年に数件あるかどうかだ。

私をもたもたしている間にも、ライバル会社はあのホームページから、どんどんお客さんを獲得している。あのライバル会社が私たちと比べ、何か特別いい商材を扱っているという訳ではない。むしろ私たちのほうが良い商材を扱っているという自信はある。

そしてこのご時世。日本全体、どこか元気がなかったり、業界内の問題もある。これから先の経営を思うと不安は消せない。

ひとまず、あのライバルのホームページを真似てみれば私たちも上手くいくのか。いや、そんなに甘くはないだろう。私の知らない、表には見えない裏側の仕組がきつとあるに違いない。

いずれにしろ、ネットで新しいことを始めるいいタイミングが、今なのかもしれない。

このような状況、ありませんか？

実はライバルが上手くやっている、そのヒント。この小冊子を読み進めていただければ、「なるほど！」とピンときていただけるはず
です。

それをお伝えする前に、まずは簡単な自己紹介をさせていただきます。



ラストライズ株式会社 代表取締役 中小企業診断士 石黒 文康

私は昭和48年生まれ。10代まで名古屋で育ち、20代は主に東京で過ごし、また今は名古屋に住んでいます。

平成5年に東京の私立大学へ進学、あのウィンドウズ95が出る前年くらいからインターネットを使い始めました。また、大学では美術史を専攻し、印刷メディアの歴史や芸術家の生涯に興味を持って図書館で本や画集を読みふけておりました。

私がネット集客に携わったのは今から10年以上前のことです。東京にある映像制作の会社でホームページの制作を任された時がはじめでした。

その後、名古屋に戻って中小企業診断士という経営コンサルタンの国家資格を取得、その体系的な経営知識をベースとし、5年ほど前からネット集客に特化した専門家として活動しております。

ネット集客の実績としては、得意なリスティング広告を使って、登録者数10万人超えのアフィリエイトASPにて売上ランキング全国一位になったこともあります。



アフィリエイトの売上ランキング全国一位記念のトロフィー

趣味は読書、旅、釣りなどです。読書は主にビジネス書、旅はアジア方面、釣りは手漕ぎボートのキス釣りが好きです。

さて、この小冊子は、**独自性のある商品**、**または実績あるサービス**を扱っている**経営層の方**へ向けて書きました。

インターネットを使って素早く、そして**費用対効果よく販売・集客できる方法**を、この小冊子を読んでいただくことによって知ることができます。

それでは最初の話に戻りましょう。

上手くいっているあのライバル会社と、いまだほとんど成果の出ない自社サイト、その違いはいつたどこにあるのでしょうか？

それは一言でいうと、「見てもらおうべき人達に、ホームページをちやんと見てもらえているのか」ということです。

見てもらえないホームページは、印刷したのに積んだままで配っていないチラシと同じようなものです。

また、高いお金をかけて雇った営業マンが、朝から喫茶店で時間を潰し、午後は社用車で昼寝をしているようなものです。

例えるならそれが、実感ではつかみにくい、見てもらえないホームページの実情です。

それも、ホームページをただ沢山の人達に見てもらおうのではなく、あなたが望むピッタリの相手に、より低いコストでより多くの回数、ホームページを見てもらっているかどうか、そしてそんな夢のような先進の手法が実際にあることを知り、それを思い切って実践しているかどうかの違いなのです。

あなたがこの小冊子を読み進めることで具体的に知ることができ
るのは以下の項目です。

ホームページ集客で必須となるシンプルな指標とは？

これを知っておくだけで無駄な投資が減ります。ホームページ集
客を考えるなら必ず知っておきたい、とてもシンプルな基準です。
これさえ知っておけば、たちの悪いSEO業者も恐くありません。

新規客を集めるための広告ツールの選び方とは？

新規客と出会う方法がこの世の中には沢山あります。しかしホー
ムページからの集客は、様々な面から考えて、今のところ最も効率
の良い広告と言えます。なぜそうなのか、比較して説明しています。
また広告ツールの違いや特徴を知ること、各広告ツールを組み合

わせた効果的なマーケティングアイデアを生み出すヒントにもご活用いただけます。

ネット広告の7大メリットとは？

この小冊子に書いた7つのメリット。それをキツチリ理解することで、あなたのビジネスアイデアもグッと広がることでしよう。まだまだ一般にはあまり知られていないネット広告のメリットを、これまでの実戦経験を元に分かりやすくまとめました。プロも見落としがちなSEOとリスティング広告の補完関係についても知ることができます。

ホームページ集客ではどのような予算配分が正解か？

この予算配分についても、今のホームページ業界の常識に惑わさ

れ、勘違いをされている方が多くいらつしやると私は考えています。具体的な数字で分かりやすく腑に落ちる、ホームページ集客のセオリーとも言える予算配分の考え方について書きました。

その他にも、以下の項目について書きました。

リスティング広告に適したホームページのつくり方

ホームページ集客で売上や利益率を思い通りにコントロールする方法

SEOの10倍以上、リスティング広告がアクセス数を稼げる訳

この小冊子を読むのにあなたが使う時間は30分〜1時間程度でしょう。

そしてそれが、あなたの将来を変えるキツカケとなるかもしれない。

それではどうぞ、ゆつくりとページをめくって行ってください。

平成22年8月

ラストライズ株式会社 代表取締役／中小企業診断士

石 黒 文 康

第一章 ホームページ活用の仕方が分からない

「ホームページを集客に上手く活用したい、でもそのやり方が色々ありすぎてわからない！」

ホームページを作ってはみたものの、SEO、ブログ、リスティング広告、メルマガなどなど、インターネットの集客ツールは種類が沢山。自分のビジネスに、何をどう組み合わせればいいのか迷ってしまいますね。

おまけにツイッター、グループンなど新しい仕組みも次々と始まって、試してみるだけでもおっくうになりがち。知り合いに聞いてみたり、インターネットで調べてみても、途方に暮れてしまうなんていうのも分かります。

ここでまずは、ホームページ活用に悩んでいる社長さんの一般的

なお悩みを、いくつか一緒に想像してみたいと思います。

ホームページの悩み①

お金を掛けて綺麗はホームページを作ってみたが・・・。

「満足のいくホームページができた！」

100万円、200万円と掛けて作った綺麗なホームページ、それは見ていて気分がいいものです。

でも実際の効果のほうはどうでしょうか？

いくらホームページが綺麗だからといって、それを見てくれる人がいなければ、刷ったまま置いてあるチラシや、朝から喫茶店で雑誌を読みふけている営業マンと同じです。

「お客さんからホームページ見たよ！すごいね」と言われた、社員からの評判も上々、それはそれで素晴らしいことです。でもこの人達は自社のことをすでに知っていた人達です。せっかく綺麗なページを作ったのですから、新しいお客さんにも見てもらいたいですね。

ホームページの悩み②

ブログの更新が止まってしまった・・・。

「ブログを毎日更新すれば、いつかきつと必ずお客さんが集まってくる」

確かにそうです。

ブログを毎日コツコツと更新するのはとてもいいことです。特に

現場仕事があつたり、商品が形に残る業種では、コメント付きの写真
をブログに載せていくのはとても効果的です。

でもブログを書いてアクセスがまとまって増えてくるのは半年後。
通常業務が盛りだくさんの多忙な中でのブログ更新は、相当な忍耐
力が必要です。

また、半年続けたからといって必ずアクセスが集まるといふ保証
はありません。文章やタイトルの書き方、テーマの設定によつても
結果が大きく変わってしまいます。

ブログの書き方、SEOの知識をまずは身につけ、それから半年
間コツコツと。しかもアクセスが十分に集まる保証はない。とする
とブログだけでアクセスを集めるといふのは、ビジネス的には意外
と厳しい面もあるのです。

ホームページの悩み③

ホームページ集客か営業マン、どっちが重要か？

優秀な営業マンは、よくこういいます。

「私に見込客を紹介してさえくれれば、100%決めてきます。」

でも今は、見込客を見つけてくるのが難しい時代です。多様な価値観を各個人が持つようになっただけからです。営業マンが人と会って話すというやり方だけで見込客を探しているのでは、お金や労力がいくらあっても足りません。

逆に、あなたのビジネスにピッタリの見込客を費用対効果良く集めることができれば、それほど優秀な営業マンではなくても契約は決まります。

また優秀な営業マンを、見込客探しのテレアポや飛び込みなど、買う方も売る方もお互いにストレスが溜まり、効果も望めない営業手法に当たらせるのも、もったいないことです。

ホームページの悩み④

SEO業者に毎月お金を払っているが効果があるのだろうか

SEO (Search Engine Optimization) とは、日本語にすると検索エンジン最適化のことです。ビジネスに関連のある特定のキーワードで、Google や Yahoo で検索結果の上位に表示されることを目指す技術です。

ホームページ集客をお考えのあなたは、市販のSEO本を手に取りご自身で試してみたり、ホームページ業者に任せたりと、すでにSEOを始めているかもしれません。

SEOにも落とし穴があります。それは、「1アクセスあたりいくら掛かっているのか」という基本的な基準です。

勘違いしやすいのが、あるキーワードで1ページ目に表示されても、それが下のほうであったり、表示されるコピーのクリック率が悪かったりすると、それだけでアクセスがかなり落ちてしまうという事です。

また、地域名+特定ワードの場合、そもそもの検索数自体がとも少ないこともあります。

SEOに掛ける労力（時給×時間）や、SEO業者に支払う成果保証の料金を、実際のアクセス数で割ることで、1アクセスあたりいくら掛かっているのかが分かります。

SEOを業者に任せている場合は、一度この値を計算されることをお勧め致します。意外に高くてビックリされるかもしれません。

以上、よくあるホームページ集客の悩みを書いてみました。

ホームページ集客には、時間的なリスクや見えないコストがある、ということを知っていただけただけではないでしょうか？

費用対効果を測るのに忘れてはならないのは、「ホームページを一人に見てもらうのにいくらかかるか」ということです。このシンプレな基準をしっかりと脳に焼き付けておいてください。

それでは次に、ホームページに限らず、一般的によく使われる集客ツールについて考えてみたいと思います。

お読みいただき、ありがとうございます。
小冊子の導入部分は以上です。

続きをご覧になりたい方は、
以下のボタンからお申込み下さい。

小冊子の申し込みはコチラから