

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

問合せを生むホームページ

～ 売り込みをしないホームページで反応を得る

ホームページ制作業も同じ

私たちがのようなホームページ制作というサービスも実はいきなり売れるということはありません。

まずは、商売上の悩みがあって、ホームページを使えばなんとかなりそうだという想いを最初にもっています。

それからどんなホームページを作ろうかと考えて、業者を探し始めるのです。

でもその時点では、最終的なホームページのイメージができあがっていません。

ホームページを直したい、作りたいと思っているのだけど、具体的に次にどうすれば良いのか分からないのです。

そこで、「相談」してくれるケースや、実際に制作するための「見積」を出して欲しいと思って、連絡をしてくるのです。

このような流れに沿ってホームページをどのように活用するのかということを工夫して更新・運用しています



こんにちは、ピーシー・ブレインの高山です。
 米国で先に発売された iPad が、日本でもいよいよ発売になりました。iPad は iPhone ユーザーとそうでない人の中で製品に対する印象がだいぶ違うようです。ところで、この iPad は事前の広告は一切無く、クチコミとメディアへの登場(取材)だけでこれだけの予約注文を集めた手法については大いに注目すべきです。
 しばらくは、いろいろなどころで見せびらかされそうですが、いろいろな考え方や感想を聞けるのはちょっと楽しみです。
 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、今月もお役に立つ情報をお届けいたします。



問い合わせを生むホームページ

弊社のお客様の中でも割合が高いのがホームページで商品・サービスを販売(通販)するのではなく、購入・申込のきっかけとして利用してもらうタイプの

ビジネスでの利用です。

そこで今回はホームページでいきなり販売を目指すのではなく、ホームページをきっかけ

にして問合せや連絡をもらうためのヒント、その問合せを増やすためのヒントについて情報をお届けします

売ろうとするから売れない

ホームページを作成する方の多くが目標にしているのが、ホームページによって売上をアップすることです。ではホームページを作ったら、それだけで商品がバンバン売れるようになるのでしょうか？

実際にはそんなに単純でないことは、ホームページを運営している方はよく分かっているはずですが。

ホームページを作る以前に、もともと通信販売を行っているケースでは、販売の機会が増えることによって売上アップを期待することはできます。一方で通販型ではないビジネスの場合は、そもそもいきなり売

ことが難しいので、直接的に売上アップを期待するにはムリがあります。

実はホームページ上で直接販売するためには、通信販売の経験・ノウハウが不可欠なのです。

このあたりのことは、ホームページを作成する段階(あるいはその前)では理解しているはずなのですが、時間の経過とともに忘れてしまい、「やっぱりホームページは効果がないのか」という誤った認識をもちしまふのは、とても不幸なことです。

では、通販型ではないビジネスで、

ホームページを使って売上アップに成功しているところは、ないのでしょ

うか?もちろんあります。このような売上アップに成功している企業に共通しているのは、いきなりホームページ上で販売することではなくて、販売につなげるための仕組みがあった上で、その仕組みをホームページに組み込んでいるということです。

ホームページでは「売る」ことを目的とするのではなく、別の役割を持たせているのです。

以降で、その仕組みについて説明します。

販売の仕組みを整理する

ここで、ホームページを使った販売の「仕組み」について一度整理してみましょう。

あなた自身のビジネスにおける、販売の流れについてちょっと考えてみてください。

・会わずに商品が売れますか？

あなたが取り扱っている商品・サービスはどのようなものでしょうか？本当に会わないでも売れる仕組みになっていますか？ホームページでいきなり商品が売れるということは、お客に会わずに商品が売れるということです。

・その場ですぐに売れますか？

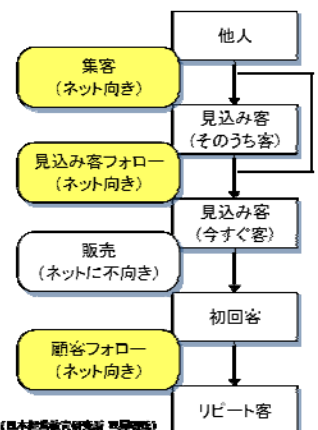
もう一つ質問です。

見込み客との初回コンタクトの中でいきなり販売、成約するような商品・サービスでしょうか？

いままでの販売スタイルがこの2つのことを満たしていない限りは、見込み客と会って面談・商談を進めるなど、直接接触する機会があるはずなのです。このことは、販売の仕組みがホームページだけで完結するようにはなっていないということです。販売のプロセスのどこかのタイミングで必ず人(社員・店員・スタッフ)と接する必要があります。仕組みになっていることを意味しています。

そのことを理解した上で、ホーム

ページの使い方を工夫すると、効果が出やすくなります。



【日本郵政大学研究開発 西原 啓】

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
- ホームページ運営管理
- 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



ホームページを販売に結びつけるために

問合せの獲得に集中しましょう。

販売の仕組みのところで整理したように、問合せや引き合いに対する対応は実は人(営業)が得意とするプロセスです。やりとりに電子メールなどのツールを使うことは増えているとしても、ホームページが代行することはありません。

この集めた見込み客に対するフォローは、従来通りの営業手法を適用しても何の問題もないどころか、ホームページとの役割分担が明確になることで業務が分かりやすくなり、結果も出やすくなります。

ここで言っている問合せとは、サービス・製品に関する質問だけでな

く、以下のようなものも該当します。

- ・見積依頼
 - ・(導入、購入の)相談
 - ・無料イベントの申込
 - ・資料請求
- など、他にも従来の営業の中で、販売前に見込み客から受ける連絡が該当します。

問合せが少ないのには理由がある

もし、ホームページからの問合せが思ったよりも少なければ、そこには必ず原因・理由があります。

▼不安に対するサポートが不十分
問合せをする段階では、見込み客は不安を抱えています。

この不安は問合せという行動への敷居になるのでできるだけ取り除いてあげることが必要です。不安に感じる要素としては、

- ・商品・サービスの内容・質
- ・商品・サービスの販売・提供主体
- ・売り込まれないか
- ・文句を言われぬか(「そんなことも知らないのか」バカだと思われる)

▼分からない

不安を感じるのと同様に、疑問を感じた状態では、なかなか問合せという行動は起こしにくいものです。

- ・そもそも何をすれば良いのか
- ・まずどうすればよいのか
- ・どこに連絡すればよいのか
- ・何を聞けばよいのか
- ・いつ(どのタイミングで)聞けばよいのか
- ・どんな人が問合せるべきなのか

このような不安要因は、問合せをしてもらう前に、あらかじめ取り除いておく必要があります。

問合せを増やすためのヒント

せっかく問合せページに誘導したとしても残念ながら全ての人がそこで問合せをする訳ではありません。ただ、この問合せページを工夫することで、離脱していた問合せを増やすことは可能です。

- ・問合せの方法は多い方が良い
ホームページを見たからホームページ上でそのまま問合せをすると思う人も多いのですが、実際にはそんなことはありません。ホームページからの問合せ(フォーム入力)は思った以上に手間がかかるので、それを簡単にすませるために電話で話す、メールを送りたいと考える人も少なくありません。急いでいる人ほどすぐに話を聞きたいと思うことが多いので、問合せ先の電話番号はしっかりと記載しましょう。
- ・何をしたいのかを明確にする
一口に問合せといっても、「資料請求」「相談」「見積」「サンプル請求」などいろいろなアクションがありま

す。どんな行動をとって欲しいのかを具体的に示しましょう

・どんなアクションがあるのかを明示する

資料請求をするとどんな資料が届くのか、見積の場合にはどんな内容が記載されているのかを示さなければ、見込み客にはそのありがたみ・メリットが伝わりません。

・具体的な問合せ内容を例示する
どんなことを問い合わせたら良いのかを具体的に例示するのはとても有効です。

例えば、
「今から導入する始めるメリットは」「成功している導入パターンは」「どんな構成やオプションを選ぶと良いのか」「もっと機能について知りたいんだけど・・・」
のようなことを問合せ内容例として記載するだけで良いのです。
ほかの見込み客が「どんなことを聞いているのか」「こんなことを聞いて

いいのか」といった不安を解消してあげることができます

・入力項目を減らす

ついでに聞きたいからという理由だけで、生年月日や電話番号、年齢などの情報を入力させるようなケースがありますが、問合せの時点では最低限の項目にとどめる方が反応は増えます。この時点では見込み客との間に信頼関係がしっかりと築かれている訳ではなく、よく分からないホームページにわざわざ情報を送信したいとは思わないものです。

・信頼度を上げる情報を掲載する
連絡先についての情報が明確なほど安心感を与えることができます。住所、電話番号などに加えて対応するスタッフの写真を掲載することで、顔が見える状態にしましょう。

ポイントはいかに不安無く、迷わずに問い合わせさせるかです。

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