



インターネット・マーケティングコンサルタントの角矢健次(カトヤケンジ)です。

「中小企業経営者のための自動的に売れるインターネット集客の仕組み作り」のサポートをしています。

単に見た目のキレイなウェブサイトではなく、「会社の売上アップに貢献するウェブサイト制作」が私の仕事です。

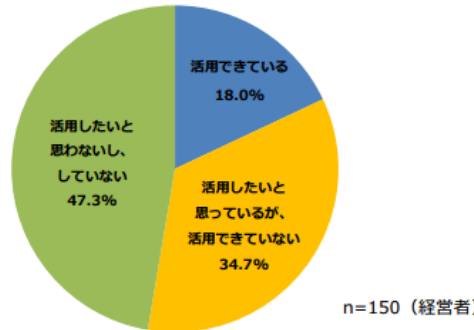
「あなたのお店・会社がどのようなウェブサイトを作れば、売上アップに貢献できるのか？」を、徹底的に考え提案させて頂いています。

「そのウェブサイト、作った意味ありますか？」

2. 中小企業の経営者のうち、WEB販促をビジネスに「活用できている」と認識しているのは18.0%。34.7%の経営者は「活用したいと思っっているが活用できていない」。

Q2. あなたの会社は、WEB販促をビジネスで活用できていますか。(単一回答)

【グラフ2】WEB販促のビジネスへの活用状況



出典：@nifty WEB販促の窓口による「中小企業のWEB活用に関するアンケート調査」(2015年11月実施)

上のグラフは、2015年11月にニフティ株式会社が、中小企業の経営者に対し、アンケートを実施したものです。

WEB販促をビジネスに活用できているかを尋ねたところ、「活用できている」と回答した方は、わずか18.0%となりました。

そして、34.7%が「活用したいと思っっているが、活用できていない」と回答し、47.3%が「活用したいと思わないし、していない」と回答しました。

つまり、80%以上の企業がウェブサイトから売上があがっていないということです。

また、2016年にはスマートフォン所有率は、71%に

達しており、ネット通販の市場規模も大きく発展しています。

今後ウェブサイトは、どの企業も対応必須の販売チャネル(流通経路)となるでしょう。

あなたはウェブサイトはどうですか？

実は「売上のあがる」ウェブサイトの条件はたったひとつしかありません。

それは・・・販売プロセスの中でウェブサイトの目的が明確であること

世の中にある90%以上のウェブサイトがこの条件から大きく外れています。

「何のためにウェブサイトを作っていますか？」と聞かれてなんと答えるのでしょうか？「そんなの売上げをアップするために決まっているだろう！」という答えが聞こえてきそうですが・・・

当然、最終目的は売り上げをアップすることです。

しかし、インターネット通販でもない限り、ウェブサイトだけで売上アップをするのは困難です。

ですから、「お客様とのファーストコンタクト」～「販売」までの販売プロセスの中で、ウェブサイトは何のために利用するのかを明確にするのです。

例えば、印刷会社のS社。目的を名刺印刷の受注に絞り込みました。

なぜなら、S社のお客さんは名刺作成から取引が始まり、他の印刷業務に広がって行くというパターンが大半だったからです。であれば、名刺では割安で赤字だったとしても、そのうち何%かのお客さんが他の印刷を利用してければ、黒字になるという算段でした。

そこでウェブサイトもいろいろな印刷ができますよ、という一般的な形式のウェブサイトではなく、名刺印刷に絞った作りになりました。そして、名刺の発送時に、会社の封筒印刷もできますという案内を送ったのです。

その結果、名刺印刷だけだと売上げはトントン。しかし、その後の印刷業務の受注は売上ベースで20%アップ、たった4ヶ月です。

他の事例もご紹介しましょう。特殊な電球を販売しているC社。取引先は工務店のみ、しかも、絶えず同じ業者と付き合い、いわゆるルート営業によるビジネスモデルでした。

そこで、C社はウェブサイトを既存顧客フォローに利用する方法を取りました。業界ニュースなど工務店の人が必要とする情報を全て網羅し、絶えず更新するサイトにしました。

お客さんにとっては、このウェブサイトを見るだけで情報が確認できることになります。

C社からすれば、ニュースと同時に新商品情報を、それとなく流すことができます。ウェブサイトですから、いちいち営業マンが訪問する必要がなくなります。しかも、他社よりも早く情報が流せるというメリットが生まれました。

その結果、売上額はほとんど変わりませんでした。営業マンが実際に訪問するフォローアップの回数を減らすことができ、受注の7割以上をウェブサイト経由に変えることができました。

人件費が削減できた分、利益率が20%以上も改善しました。

しかも、余った営業マンを新規事業に振り分けることで、新たな事業を生み出すことができた、というおまけ付きです。

このようにウェブサイトの目的を明確にし、その目的に沿ったウェブサイトを作ることで売上アップし、利益をアップするのです。

会社案内をウェブサイトにするだけでは売上はあがらないのです。

ウェブサイトを戦略的に利用することが重要なのです。

今回は、ウェブサイトの目的を明確にした後、どうすれば「儲かるウェブサイト」になるのか？についてお伝えしたいと思います。

【編集後記】
今後も同様のお役立ち情報をお届けして参ります。ぜひ、楽しみにお待ちください。

無料PDFレポートプレゼント

「小さな会社のための
レバレッジ・webマーケティング
ガイドブック」

5年後の会社倒産率90%を生き残る！
「チャンス追求型経営から
戦略型経営への転換」

マーケティングの基礎から、究極の差別化方法、見込み客ゼロからたくさん見込み客を獲得する方法、お客様から高額商品を買いたいと言われる方法、利益額を増やす方法など、小さな会社が利益を上げ続ける方法を53ページに渡って解説しています。

何から始めればいいのか、問題が起きた場合にどう解決すればいいのかを、ステップ・バイ・ステップで理解することが可能です。

そして、PDFデータなので、スマホやタブレットで、いつでもどこでも読むことが可能です。

あなたが困った時、何をすればいいのかを、このレポートがすぐに解決してくれることでしょう。

下記、Webサイトから
手に入れてください。

《プライムデザインファクトリー》

広島市中区舟入川口町6-12
■WEB: prime-design-factory.jp