

有限会社エーアイティ研究所

ウェブ集客で やってはいけない 5つの間違い

やってはいけないことをやらないことが成功の近道です



※ この電子書籍では、スマートフォンでも読みやすいようにフォントサイズを大きく表示しています。

1.はじめに

2.絶対に忘れないでほしい基本原則

3.やってはいけない5つの間違い



はじめに

このデジタルブックをダウンロードされた方は、それぞれウェブ集客で悩みを抱えていることと思います。

インターネットでさまざまなことが調べられる現在。ネットで調べれば、様々なウェブ集客の「ノウハウ」があふれています。

また、ウェブ集客についてのいろいろなセミナーも開催されています。

ただ、このノウハウを「実践」してますか？

「ノウハウ」は集めることに意義があるのではなく、実践してこそ有効なものになります。

このデジタルブックをはじめ、ホームページなどでも「最低限、これだけやればいい！」ということに絞ってお届けします。

ぜひ読むだけでなく、活用をしていただけると嬉しいです。



絶対に忘れないでもらいたい「基本原則」

このデジタルブックを活用していただくのにあたって、押さえていただきたい基本原則があります。

それは「お客様が欲しいのは、あなたの商品ではない」ということです。

「えっ？」と思う方もいるかもしれません。

例えば、ダイエットのサプリを買う人は、そのダイエットのサプリが欲しいから買うのでしょうか？ そうではなくそのサプリを使った結果が欲しいから買うのではないのでしょうか。

「お客様が欲しいのは、あなたの商品ではありません。欲しいのは問題解決ができる手段であり、快適な暮らしをするための手段です」

例えば先ほどのダイエットの例だと、ダイエットしたい人が欲しいのは、



例えば先ほどのダイエットの例だと、ダイエットしたい人が欲しいのは、

「確実に楽しんで低料金で安全にダイエットできる方法」です。

そして、それをかなえてくれそうな商品を購入します。

また、例えば家を建てたい人が欲しいのは、

「快適な環境の中で家族が健康で安心して暮らせるための家を適正なコストで建てるための方法とそれを安心して任せることのできる業者」です。

そして、それをかなえてくれそうな会社と契約します。



大事なのもう一度くり返します。

「お客様はあなたの商品が欲しいではありません」

「お客様は、問題を解決するための手段、快適に暮らすための手段が欲しいのです」

あなたの商品やサービスがそれをかなえてくれると思ってくれたとき、初めて「注文」ボタンや「問い合わせ」ボタンをクリックするのです。



やってはいけない 5つの間違い

「売れない」「問い合わせがこない」とご相談のある方には共通している部分があります。

失敗をしないことこそが成功への早道です。

何が失敗かを認識していただくことで「どうやったらウェブで集客できるか」のポイントを押さえてください。



1.いきなり商品・サービスの説明をしてしまう

ホームページで売れない・問い合わせがこないとご相談をいただく方の多くがこのパターンです。特に商品に自身がある方ほどこうなってしまう傾向が強い感じがあります。

- 産地にこだわりました
- ○○成分配合！
- 厳しい品質管理の中で製造されています

このような情報（いわゆる商品のスペック）ももちろん大切です。当然お客様にも伝える必要はあるでしょう。

でも、いきなり商品のスペックを始めてしまうのはどうでしょう。

例えば、パソコンの商品紹介で、

- 第○世代インテルCPU搭載
- 重量0.9kg
- SSD搭載！

と書かれても、パソコンに詳しい一部の人にしか魅力は伝わらないでしょう。



「お客様は商品のスペックを買うのではありません」

お客様は、その商品が自分にとってどのような役に立つのかをわかった上ではじめて購入しようと考え始めます。

例えば先ほどのパソコンの例だと（ターゲットとするユーザーにもよるかと思いますが）

- プロレベルの作業をしてもストレスを感じません。
- いつでもカバンの中に。どこでも使えます。
- カバンから取り出して電源オン。すぐに使い始めることができます。

このような感じで表現することもできると思います。



みなさんのホームページを見直してみてどうでしょう？

商品やサービスが「お客様にこれを使うとどうなるんだろう？」が伝わっていますか？

これが伝わらないホームページは当然のようにユーザーには響かず、売れない、問い合わせのこないホームページになってしまいます。



2. デザインにこだわりすぎている

デザインはもちろん重要です。

でも、見た目にこだわりすぎて、結局何が言いたいのかわからなくなっているケースが往々にしてあります。

大切な情報を伝えようとする文字数は多くなってしまいます。そうすると画像を多用するより見た目は格好悪くなりがちです。

でも、それで良いのです。

「何を伝えるか」「どう伝えるか」が重要であって、「どう見せるか」はそのあとのことです。

「デザイン」はあくまでも伝えたいことを「補助」するものです。「デザイン」ですべてを伝えることはできません。

「伝えたいこと＝文字」をより伝わりやすいようにする。それがデザインの役割です。

伝えたいこと > デザイン

ここを踏まえて考えることが重要です。



3. 問い合わせがこないのはアクセス数が足りないからだと思っている

アクセス数。これはホームページを運営するのにあたって重要な項目です。

当然、見ている人が多ければ多いほど、問い合わせが入る件数は多くなるかもしれません。

ただ、ホームページにはもう一つ重要な要素があります。
それが「反応率」です。

問い合わせの件数は、
 $\text{アクセス数} \times \text{反応率} = \text{問い合わせ件数}$
になります。

アクセス数アップももちろん重要ですが、これを上げていくのには、努力が必要です。
せっかく努力してアクセス数を上げても、反応率が低かったら問い合わせは入りません。



アクセス数だけでなく、反応率が高くなるような施策を考えることが大切です。
それがあってこそ、アクセスアップの努力も生きてきます。



4. ブログやSNSをやらないから問い合わせが少ないと思っている

最近では、いろいろなところでSNS集客セミナーのようなことが行われています。もちろん正しいことを教えてくれるセミナーもあるのですが、ここにはちょっと注意してください。

「その成功事例はあなたのお仕事に当てはまりますか？」

最近、よくFacebookやYoutubeに頑張って毎日アップしているけど、全然問い合わせが入らないという相談を受けます。

（だいたいがセミナーでそれをやれば問い合わせが入るようになると言っていたというケースです）

そのようなセミナーだと、大抵はセミナーの講師自身（いわゆるコンサルタント的な立場の方）の成功事例を元にお話をされているケースが多いです。

そこでちょっと考えてみてください。あなたはコンサルタントでしょうか？



そこでちょっと考えてみてください。あなたはコンサルタントでしょうか？

コンサルタントの方ならば、見込み客はそのセミナーに参加された方になると思います。その場で自身のFacebookやYoutubeを宣伝し、いいねやチャンネル登録を促すこともできるでしょう。

実際のビジネスではどうでしょうか？

見込みとなるお客様はまだあなたのことを知りません。

その状態からFacebookでフォローをしたり、Youtubeのチャンネル登録をしてくれたりするのでしょうか？

リアルな店舗があるようならば、来店された方には可能でしょう。でも、まだ来店されていない方にはなかなかアプローチができないと思います。

今から10年ぐらい前は、Googleなどの検索エンジン対策をしていれば十分でしたが、現在はやはりSNSも重要な集客の手段です。



しかし、それよりも重要なのがどのようにビジネスの中に集客の仕組みとしてSNSを組み込みか、ということです。

ひたすら投稿を続けることでは、問い合わせは入りません。

SNSからどのように問い合わせが入るように仕組みを作り上げるか、これが大切です。



5. ウェブ集客をビジネスとして考えていない

もしお店を開くとする、どなたも

「売上は月〇〇円が必要で」

「そうなるとお客様は〇名、単価は〇〇円ではないと」

「そうするためにはこういう施策をしないと
いけないな」

などと考えると思います。

ほとんどの場合、これがウェブの話になると

「カッコよくリニューアルしてもらえれば、
問い合わせもきっと増えて。。。」だつたり、
問い合わせ件数は「多い方がいい
な。。。」

こんな感じになりがちです。

ウェブ集客もビジネスの一環です。

当然、目標や現状の数値の把握、購入や問い合わせへの導線を考える必要があります。



こんなケースもよくあります。

「パソコン詳しくないから、ちょっとできないかな」

「忙しいからそんなことできないよ」

ウェブ集客をするのに必要なパソコンの知識は限られています。

決してプログラムを作る必要があるようなものではありません。

また、「本気」でやるビジネスならば、時間は作るものですよね。

ウェブ集客も「ビジネス」です。「本気」で取り組まないと成功はありません。



まとめ



最後にこのデジタルブックの内容をまとめてみます。

まずは、

「お客様はあなたのサービスを求めているのではなく、その先にある自分にとって役立つことを求めています」

そして、こんな間違いをしていないか見つめ直してみてください。

1. いきなり商品・サービスの説明
2. デザインにこだわりすぎ
3. アクセス数だけを追い求めている
4. ブログとSNSをやったら問い合わせが来ると思っている
5. 「本気」で取り組んでいない

でも、なかなか自分のことを客観的に見るのは難しいものです。

そんな方は、ぜひ次のページのサービスをご利用ください。（無料です！）



ホームページ 無料で 診断します

自分のホームページはなかなか客観的には見れないものです。

ウェブ解析士、SEOコンサルタントの手であなたのホームページを無料で診断します。
なぜ問い合わせが来ないのか、この疑問にお答えします。

お気軽に下のボタンからお申込みください。

無料診断のお申し込みは
こちらから