

CMSPRO

心を込めて制作します!

ライバルをヒキハナス ホームページ企画術

リンヤ株式会社 谷口翔太作

心 躍 る 冒 険 を あ な た に

ヤバイぜ。ホームページ



2010年の7月まで私は一人でしこしこホームページを作っていました。
しかし、恥ずかしながらホームページを作っているながら“そのヤバサ”に全く気づいていませんでした。とりあえず生活のために作っているだけでした。。

しかし、ひよんなことで何もできない社員を雇うことになり、紹介だけでは二人で食べていけない、やばい！けど、テレアポはシャイだし、怖い。。
もうホームページで営業するしかない！ということで
いちかばちかthe庶民的な愛嬌溢れる社員の山田をモデルにして、
とにかく電話が欲しい！を全面的に、低価格と親身な丁寧さを売りにホームページを作りました。そして、ビビリながら10万円分広告を出しました。

そしたら来ました。リンリン電話が。リンリンリン♪
そして受注が！

その後は、毎週、ページの内容を改善し、コンテンツを追加するという努力を続けることで、売上げは昨年比で3倍に。
こんなに威力があるとは思っていませんでした。
この資料ではお客様に、簡潔に伝わる、そして反響がでるホームページの企画術をお伝えできたらと思います。

決心! 全ては決意から



弊社ホームページの活躍もはじまりは私がホームページを強化し、ホームページで受注する体制を作ると腹をくくり、サイトを変え、広告費に10万円突っ込んだところからからはじまりました。

とにかくやる! という決心から物語ははじまります。

たいせつなたいせつなお金をかけて作る以上、是非、自分のペースで自分の定義でとにかく

お金をかける以上、ホームページを成功させる!

と決心してもらえたらと思います。

どんな成功の前にも必ず成功するという決意があります。

現実には、いいものができた! と思ってもすぐに成果がでないことも多いと思います。

最初はうまくいくことはなかなかありません。

しかし、愚直に改善に改善を重ねれば必ず成果はでます。

制作→育成→躍進という物語がたくさん産まれるように我々も全力で応援します!!

誰に?! 誰を口説きたいのか



どんなホームページでも

まず、**誰を対象にしているのか**明確にする必要があります。

自分に話しかけていると認識してもらえない限り、話しの内容が伝わることはありません。ホームページは1対多数に話しかけるメディアです。

どんな特徴の人に話しています！と伝えないと見た人は私のためのサイトではないと認識し、マッハでブラウザの閉じるボタンを押します。

ホームページに痩せたい方に！と書けば痩せたい私に語りかけていると思い、少なくとも興味を持ちます。誰にを明確にする。こういう特徴のあなた！の特徴の部分明確にしてください。明確にすればするほど伝わります。

例えばCMSproではトップページに大きく、

「頑張る中小企業・自営業様の方に」と入れています。

まずあなたに話しています！と理解してもらおうことが肝要

何を？

誰にの明確化の次に大切なのが、誰に何をしてもらいたいのかの部分です。

私を対象なのは、わかった。けど、私に何をしてもらいたいのか？

ここでずばり、こういうメリットがあるので“店に来てください”と期待するアクションを明確にすることが大切です！！デートに誘われたけど、何をしたいのかいまいちわからないと困りますね。ずばっと何を求めているのか勇気をだして言いましょう！

何をしてもらいたいかは大きく二つに分かれます。

①知ってもらいたい

ルイ・ヴィトンのサイトなどは知ってもらいかつルイ・ヴィトンが描く世界観を共有することを目的にしています。多分。

②何かをしてもらいたい

メールをして欲しい。電話が欲しい。買って欲しい。

何かして欲しいければ、相手にメリットを提供しないとけません。スウィートな断れないオファーを是非、サイトを見てくれた方にしてください！

具体的にサイトをどうするか

誰に何を！の部分はトップページのメイン画像のコピーにそのままなります。この部分はサイトを最初に訪れたユーザーが見る箇所になりますので「誰に、何をどのように提供する」のかを表すコピーをわかりやすく記載することが大切です。

たとえば、

「痩せたいあなたに、49日間で劇的にスタイルが変わる7つの方法をご紹介します」
というコピーではどのような人に(痩せたい人に)、どんな利益(49日間でスタイルが変わる)がある何(7つの方法)を提案しているのかが簡単にわかります。小学生がわかるぐらい簡単に書くことがポイントです。

ここさえ、明確にできたらあとは簡単です。

成功しているホームページのページ構成は似たりよったりで共通しているものがあります。研究と実践により、導き出した2つのタイプ別、必勝ページ構成をこれから紹介します。このページ構成で、常に内容を更新し、追加し続ければ、ライバルをグンと引き離す可能性はものすごく高いです。基本にのっとった地道な努力をしないサイトがたくさん存在するのでやればやるだけ引き離せます。断言できます。



メイン画像

知ってもらいたい型

ホームページにかける時間があまりないけど、とりあえず、名刺がわりにホームページが欲しい方におすすめのページ構成です。

名刺代わりとはいえ、打ち合わせなどの対面で伝えきれない部分をいかにカバーできるかがポイントです。

下記おすすめのページ構成です。

①トップページ・・・最新情報など

②事業内容・・・ただ、事業の内容をざっくり記載するのではなくどこまで深い情報を書けるかがポイントです。下記のような内容を盛り込むとぐっとよくなります。

お客様像：実際のどんなお客様が多く、どのような形で役に立っているのか。

事業への想いや歴史：どのような気持ちで事業を作り、育てているのか。

③会社概要・・・こちらもただ、会社の基本情報を載せるだけでなく創業時の話しなどのディープな情報も載せてください。

④スタッフ紹介・・・できるだけ顔写真付きで仕事に関するだけでなく、お客様との雑談のネタになるような趣味のこと、好きなことなども記入するといいです。

⑤お問合せや、採用情報・・・お問合せでは、興味を持って頂いたことに関する感謝の気持ちを、採用情報には未来の仲間への熱いメッセージがあると素敵ですね。

反響型

ホームページを売上をつくりたい方におおすすめのページ構成です。お客様に信用してもらい来店やお問合せに結びつけるには、まず安心してもらうために“たくさんの情報”が必要です。購入に関してお客様が気にしていることをどれだけ丁寧に伝えられるかが勝敗を分けます。

①トップページ・・・「誰に何をどんなメリットで提供するのか」のメリットの部分を詳しく記載してください。特徴を4つあげるのが簡単でオススメです。

②サービス内容・・・お客様にどのようなサービスを提供するのか詳しく記載してください。値段はわかりやすく。支払い方法(前払いか未締め翌末払い)などの細かいこともあるとよいです。またサービス紹介の動画を作成し、youtubeにアップしてサイトに載せるのもいいと思います。

③お客様事例・・・お客様が購入前に求めているのが、“購入したらどうなるのか”という購入後の鮮明なイメージです。購入したお客様の声や、事例は購入の決めてになります。多くの人は保守的なので“よい前例“を購入判断の根拠にします。少しずつ声や事例を増強していくことをオススメします。

④導入フロー・・・お客様は購入後、どのようなフローでサービスを受けるのかを気にします。各ステップを丁寧に説明してください。FAQもあるといいですね。

⑤スタッフ紹介・・・サービスや商品は、人間が思いをもって届けるものです。提供者の顔が見えることでお客様は安心します。

⑥お問合せ・・・お問合せると特典の提供や、疑問点に丁寧に答えますなどのメリットがあることを明記するとよいです。

さあ一步を



この資料の内容は、うまくやってる自分の知り合い、競合他社、自社の事例を材料になぜうまくいっているのか？を考え続けた結果としてうまれました。これをベースに地道に進めば成果のなるホームページになる可能性は高いと思います。ただ、うまくいくテクニックは、世の中に溢れていますが、成功者は少ないのが現状です。

うまくいきそうなのはわかるけど、最初的一步がなかなか。。。というのが僕を含めて多くの人が持つ感情なのかなと思います。

この資料を書こうと思ったものの正直腰が重く、なかなか筆が進みませんでした。ただ、ちょっとでも前に進み、この最終ページまで書き進めたのも、“CMSproが次のステージにいる未来像”を信じ、欲したからだと感じます。

サイトの企画、ホームページの原稿作りは自分自身と向き合うことになりきつい闘いだと思います。

が、輝かしい未来を信じ、走りだし、走り続けることで自分のペースで進み続けることで見えてくる風景がちょっとずつ変わってくると思います。

こつこつちょっとずつ走っていれば必ず、ちょっとずつ見える風景がいいものに自分が望んだ姿に変わっていきます。

「是非、一步を！」というのが最後のメッセージです。

CMSPROは皆様のよき伴走者としてお力になれるように精進して参ります。
ここまで読んで頂き誠にありがとうございます！

運営会社



リンヤ株式会社

住所： 東京都港区元赤坂1-5-11 ミリオングランデ元赤坂ヒルズ402

電話番号： 03-3497-5295

代表者： 谷口翔太

設立： 2007年9月19日

企業サイト：<http://rinyallc.com>

資本金： 277万円

小企業ならではのゲリラ戦でアッと驚くサービスをご提供!



山田☆実鈴

中田♡りえ

钟♪慧敏

谷口♫翔太