



# 気づかない「機会損失」 損をしない広告テクニック

「工務店集客NO.1」(株)チタン 代表取締役 中野 泰植

一般財団法人 全国住宅営業認定協会 提携パートナー

## 広告制作の目的はクライアントの「売上増大」

広告会社のデザイナーとして「エステ」「宝石」「自動車」「マンション」など1,000件以上の高額商品の広告を成功に導く。2007年「(株)チタン」を設立。「工務店専門」の広告会社として一般の広告会社にはないノウハウとテクニック(チラシやホームページを作る際、依頼主を徹底的に分析して独自の「強み」を創出)で成果を出す。 広告を作る目的は「依頼主の売上を増大するため」という信念で活動。広告会社でありながら依頼主である工務店の「売上」に対して徹底的に責任をもつ姿勢が多くの工務店から信頼を得ている。

## 「安く済ますと高くつく」。大切なのは売上利益。

こんにちは、「工務店」の集客を専門にしているチタンの代表中野です。今回から10回の連載です。せっかくですので、この連載では普段感じている皆様の「機会損失」を正直に伝えたいと思います。

さて、今回お話しする「機会損失」は「ホームページ」です。実は今現在、当社で一番多いご依頼がホームページの「完全作り直し」です。(作り直す理由は、今のホームページが効果がないからです)。そのようなホームページには共通点があります。それは「安いホームページ屋」さんに作らせていることです。この場合の「安い」というのは大体60万円以下です。

一般的な工務店のホームページの場合、全体のページ数が最低30〜40ページ以上で、かつ中身(文章・写真)をしっかり作り込む必要があります。ホームページを読む人に「この工務店は、信用できる」と思ってもらえる内容にしなければなりません。例えば、家を建てたお施主様を載せる場合、取材と撮影をして文章にした方が説得力があります。他社のホームページを適当に真似て、適当に書いた記事を載せても、見抜かれてしまいます。おまけに一度とアクセスしてもらえないでしょう。

質の高いホームページを作る場合、「プログラムする人」「デザインする人」「内容を考える人」の三種類のプロが必要となります。制作期間は大体2ヶ月です。この人達の給与から考えても60万円以下で質の高いホームページを作るのは無理なのです。つまり、何か表からは判らないところを犠牲にしているところなのです(このあたりは、欠陥住宅とも共通しますね)。



経費を抑えることは大切ですが、今やホームページは絶対になくてはならないものです。ですので、ホームページをつくる費用を節約して売り上げを逃がすのではなく、質の高いホームページを作って、かかった制作費以上の利益をあげましょう。