



気づかない「機会損失」 損をしない広告テクニク

「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。

ホームページから年間10棟の売上上げるテクニク。

こんにちは、「工務店」の集客を専門にしているチタンの中野です。 さて、今回もホームページの「機会損失」についてお話します。ホームページで成果の出いていないお客様の特徴は2つあります。一つはホームページへの「集客数≠アクセス数」が足りてない方です。二つ目はホームページ自体の内容が低レベルなため、いくら集客をしても「お問い合わせ」≠「売上げ」になっていない方です。

さて、どうすればよいでしょうか?。答えは簡単です。「集客」の出来ない方の場合は、とにかくアクセス数を増やすしかありません。それには「リスティング広告」と「SEO対策」をしっかりとやることです。なお、現在よく世の中に出ている「ホームページを使って無料で集客」「自分で無料SEO対策」などの情報の大半は嘘ですので、このような嘘を信じて貴重な時間とお金を取られないようにしてください。今現在、無料でアクセスが増やせるほどインターネットの世界は甘くありません。

ホームページからの売上げを増やすために、まずは月に最低1000アクセス以上を獲得しましょう。大体1000アクセスを超えるあたりから徐々に反応が出てきて、3000アクセスがコンスタントに出せると問い合わせがかなり出てきます。3000アクセスあるのに問い合わせがないのは明らかにホームページの内容が悪いので作り直すことをお勧めします(その際は必ずアクセスログで数値分析すること)。

具体的に当社のお客様の事例ですと、毎月3000アクセスを超えてくると、問い合わせが月に10件以上になり、そこから年間で10棟以上の売上げとなります。

現在ホームページからの問い合わせが少ない方は、まずは自社のホームページのアクセスを3000以上に増やすことに集中してください。そうすれば必ず結果が出ます。出ないとしたら、今つきあっているホームページ制作会社を変えることをお勧めします。

なお、アクセスを増やす第二段階にはまずはリスティング広告が最適でしょう。くれぐれも無料でアクセスを増やすなどと言いつつ高い貴重な時間をつぎ込まないようご注意ください。昔から言いますね。「タダほど高いモノはない」。