

DeRize式

Web



マーケティング

● 貴社サイトを徹底分析！

● お客様の感情を揺さぶる
本質的なWebサイト改善

根本的な解決策をわかりやすく提案



Web Studio

DeRize

はじめまして、Webスタジオ・ディーライズの代表を務めます中森と申します。

Web制作スタジオ「ディーライズ」は、起業からたった1年で、予約が半年以上先までいっぱいになってしまう“行列のできるWeb制作所”となりました。そのノウハウを今から余すことなく皆様にお伝えし、私が得たマーケティング力を活かし、お客様のWebサイトを徹底分析し、“健康診断”させていただきます。そして「売れるためのWeb戦略」をご提案いたします。

そもそもホームページ改善は、Googleアナリティクスだけでは、「依頼したい!」という感情の動きが分かりづらいものです。当マーケティングでは、人の感情を動かす本質的な分析をさせていただきます。

第1章 Webマーケティングの考え方と基本対策

Webマーケティングとは、お客様の「ほしい!」という気持ちをつくることです。具体的にはWebサイトに集まってきた人々に様々な情報を提供することで信頼関係を構築し、商品やサービスを購入してもらいます。

「売れる仕組み」とは、顧客との信頼を築き、あなたの会社や商品を好きになってもらい、お客様の方から「ほしい!」という気持ちになってもらうことなんです。

いきなりですが、下記のようなショップで購入しようと思いませんか？

- ・ ネットショップのデザインが古い
- ・ 「会社概要」 がない。もしくは代表者名と住所だけ
- ・ 全く更新されていない
- ・ 代表者の顔写真や挨拶文がない
- ・ 競合他社の商品と比べて、どのように優れているか記載されていない
- ・ お客様の声などがなく、ユーザーの思いが分からない
- ・ 「プライバシーポリシー」 の表記がない

…間違いなく購入をためらうことでしょう。そもそも信頼できませんし、メリットも感じられません。

「売れる仕組み」をつくるためには…

- ・ 信頼関係を構築する
- ・ 貴社の商品やサービスにメリット（価値）を感じてもらい、「お客様の問題を解決できる」と期待してもらう

この2つさえクリアできれば、お客様の方から「ほしい！」という気持ちになってもらえるのです。どのように信頼を構築し、期待をつくっていくかが、Webマーケティングで売れるための「戦略ストーリー」なのです。

当スタジオのホームページも、代表挨拶や顔写真、また会社概要を充実させるだけで、お問い合わせの数がかなりアップしました。信頼のあるWebサイトをつくることが、いかに重要かを覚えておいてください。

以上の点を踏まえて、貴社のホームページを分析させていただきます。

貴社のWebサイトを分析！

エコストーリー様のサイトを拝見いたしまして、全体的なデザインは良いと思いますので変更する必要はないです。レスポンシブWebデザインで、モバイル対応にもなっていますし、デザインの的には合格点です。

Webマーケティングにおいては、最も重要なのはコンテンツなのです。

ユーザーが本当に見たいのはデザインではなくコンテンツであり、コンテンツをいかに見やすく、分かりやすくするかが重要なんです。もちろんデザインも大切ですが、凝って作りすぎて、どこに何があるのか分からなくなっては本末転倒なんです。

そう考えますと、トップページのテキスト不足と、足りないコンテンツがあると感じました。

足りないコンテンツは…

●選ばれる理由

●お客様の声

こちらがメニューにあれば、お客様の信頼がグンと上がり、メリットを感じてくれます。

ただ、すでに完成しているサイトですので、大まかな変更は難しいと思いますので、シンプルにできる方法をご提案いたします。

まず、PCで見たときの、メニューの「トップページ」は不要だと思います。ロゴマークをクリックするとトップへ行くというのは、ほとんどのユーザーが知っていますので、なくても大丈夫です。

「買取の流れ」は「初めての方へ」と一緒でもいいと思います。トップページにもありますので、「初めての方へ」があるのなら、一緒でいいと考えます。

メニュー構成の理想は…

「初めての方へ」

「選ばれる理由」

「買取実績&コラム」

「お客様の声」

「よくあるご質問」

「お問い合わせ」

…です。

「選ばれる理由」はフッター部分にありますが、こちらはトッ

プのメニューに表示すべきです。

また、「買取実績&コラム」は、買取実績はそのまま、お知らせを「お役立ちコラム」にします。もちろんそこでお知らせの内容も発信できます。「お役立ちコラム」の書き方、いわゆる“コンテンツマーケティング”については後ほど言及いたします。

「お客様の声」を聞くのは、中々難しいですが、自社の強みが本当かどうかを担保する役割を担いますので、顔写真やお住まいの地域など具体的であればあるほど、効果的なんです。「お客様の声」は、自社の強みや選ばれる理由の、裏付けをしてくれるものですので、できればある方がいいと思います。

また、「運営者情報」ですが、このページに顔写真付きの「代表挨拶」を入れてみると、より信頼度が上がります。「代表挨拶」は「会社概要」の前に置くのが理想です。

大まかな構成は以上になります。