



## ホームページを活用した Webマーケティング

1. ホームページ開設の目的
2. Webマーケティング

プランドゥ・アシスト  
白田 明

## ホームページを活用すると - 1 -

ホームページは有効に活用することにより、さまざまなビジネスチャンスを生み出します。言い換えると、ホームページを持っていないことは、大きな損失となるということです。企業の規模に関わらず、むしろ中小企業や個人事業主こそホームページを有効に活用して、ビジネスを拡大させることができます。

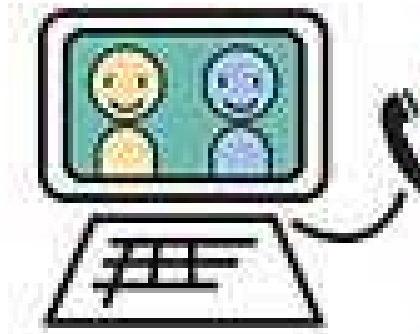


### 1. 全世界がマーケット

インターネットの世界に国境はなく、世界中をマーケットとすることが可能となります。たとえば、自分の住む地域で入手できない商品をホームページから直接注文、入手することができます。

### 2. 対象とする顧客の絞り込み

インターネットでは、巨大なマーケットを対象としながらも、特定の絞り込んだ顧客へのアプローチも可能となります。たとえば、名刺印刷を業務としている会社ならば、「名刺印刷」というキーワードで検索されたときに、会社のホームページが表示されるようにすることができます。

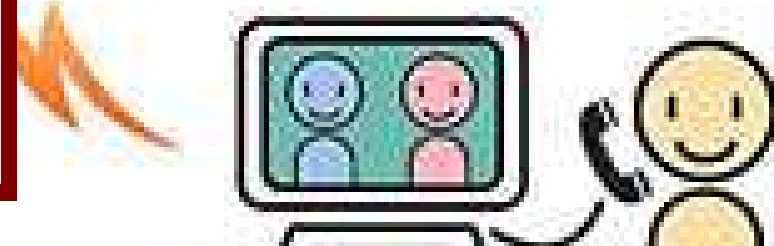


### 3. 競争優位性の確保

現在では、商品やサービスの購買・依頼、またビジネスの取引においても、インターネットで情報の収集がなされます。ホームページ作成や維持のための、わずかなコストで大企業とも対等に競争することができます。

### 4. 直接販売が可能

ホームページを活用することで、流通コストを省くことが可能となります。ホームページを活用し、メーカー直販とすることで、収益アップ、急成長も夢ではありません。



### 5. ネットショップは、年中無休、人件費ゼロ

ホームページ上のショップは、広告メディアではなく、実際の店舗です。従って、お客様は、いつでも好きなときにこの店舗を訪れ、商品を見て、資料請求をしたり、商品を購入します。その店舗の維持費は、実際の店舗を運営するよりもはるかに安価で、実際の店舗以上に限りない可能性を持っています。

## 1. ブランド確立

会社の顧客や取引見込み客にとって、ホームページの内容や印象が会社のイメージそのものを形成します。優れたホームページは、会社のイメージを好印象で顧客に記憶され、会社の信頼を形成する重要な要因となります。

## 2. 新規顧客獲得

現在、成功しているビジネスモデルには、ホームページで情報提供をして、販売につなげていくケースが多く、特に小規模企業やサービス業ではこの傾向が顕著です。インターネットの世界では、ユーザーに十分な情報を提供することが信頼を生み、新規顧客獲得へとつながります。逆に、情報が不十分なホームページでは、ユーザーはすぐに他のホームページに去ってしまい、競争に勝てません。

## 3. 売上・利益アップ

ホームページを通して売上・利益を上げる方法として、基本は会社の商品やサービスの販売です。

#### 4. コスト削減

ホームページの活用により、人件費、広告費等の経費、事業立ち上げ費用などのコスト削減を図ることができます。コストが削減されれば、その分が収益となります。

#### 5. 顧客サポート

成功企業の共通点は、顧客ニーズに対応しているということです。  
24時間アクセス可能なメディアであるインターネット上に、顧客サポートのホームページを設置することは、顧客の利便性にとって優位です。また会社の顧客サポートのコスト削減にもつながります。

## ユーザーの情報収集は、まずホームページから

インターネット、ブロードバンドの普及により、今日では70%のユーザーが知りたい情報を気軽にインターネットで検索するようになった、という調査結果があります。(2002年博報堂調査)

ユーザーは、何か欲しい商品やサービスがある場合、インターネットで情報収集をして、商品やサービスの価格を調べたり、他社との比較検討を行っています。

## ホームページがあって、当たり前

B to B、B to Cといった販売チャンネルに関わらず、現在では、商品やサービスの購買・依頼にいたる意思決定の過程にホームページが大きく関与しています。

もし、ホームページを持っていないければ、その時点で競争から脱落してしまう恐れがあります。店舗を構えた個人商店であろうと、企業間取引をメインとしている企業であろうとホームページを軽視することはもはやできない時代です。

# 好ましくないホームページとは - 1 -

ホームページは持っているのに、アクセスが伸びない(集客できない)、売上が上がらないどころか問い合わせすら来ない、という悩みを持っている企業が多いのが実状です。

そのために、「ホームページで売上アップはできない」と諦めてしまった企業も少なくないでしょう。

しかし、それは誤った認識です。従来のホームページがビジネスに貢献しないのは、インターネットユーザーに対する認識不足から生じる、ホームページの内容に原因があります。

## 好ましくないホームページとは・・・

### 1. デザインにのみ凝り、見た目ばかりよいホームページ

企業ホームページがあまりに素人っぽいデザインでは、企業イメージ上問題ですが、かといって過度の装飾はユーザビリティ(操作性)を悪くします。例えばFlashなどの動画や画像、音楽などを不必要に多用することは、ホームページが表示されるまでの待ち時間が多く、ユーザーを逃がしてしまいます。

またページを表示するためにプラグインソフトのインストールが必要だったり、メジャーなブラウザ等の特定の環境でしか正しく表示されないホームページは、ユーザーに嫌われてしまいます。

### 2. 企業側の観点のみで情報を掲載しているホームページ

インターネットのユーザーは、知りたい情報がなければ、すぐに他のホームページに移ってしまいます。ユーザーが求めているものを理解することなく、企業側の勝手な解釈や思い込みで情報を掲載したり、あるいは情報を出し惜しみをしていてもユーザーは離れてしまいます。

仮に、有益な情報を掲載していたとしても、ホームページの構成や操作性が悪く、目的とするページに容易に辿り着けなければ、まったく意味がありません。

### 3. とにかく公開しただけのホームページ

ホームページを開設、公開しただけでは集客や売上にはなりません。

どんなに優れたホームページを作っても、顧客に見てもらえなければ何も始まりません。

あまたあるホームページの中から会社のホームページに顧客を誘導するためには、Yahoo!、Googleといった検索エンジンですぐに見つかることが不可欠です。

### 4. 知りたい情報がない、使いづらい、と感じるホームページ

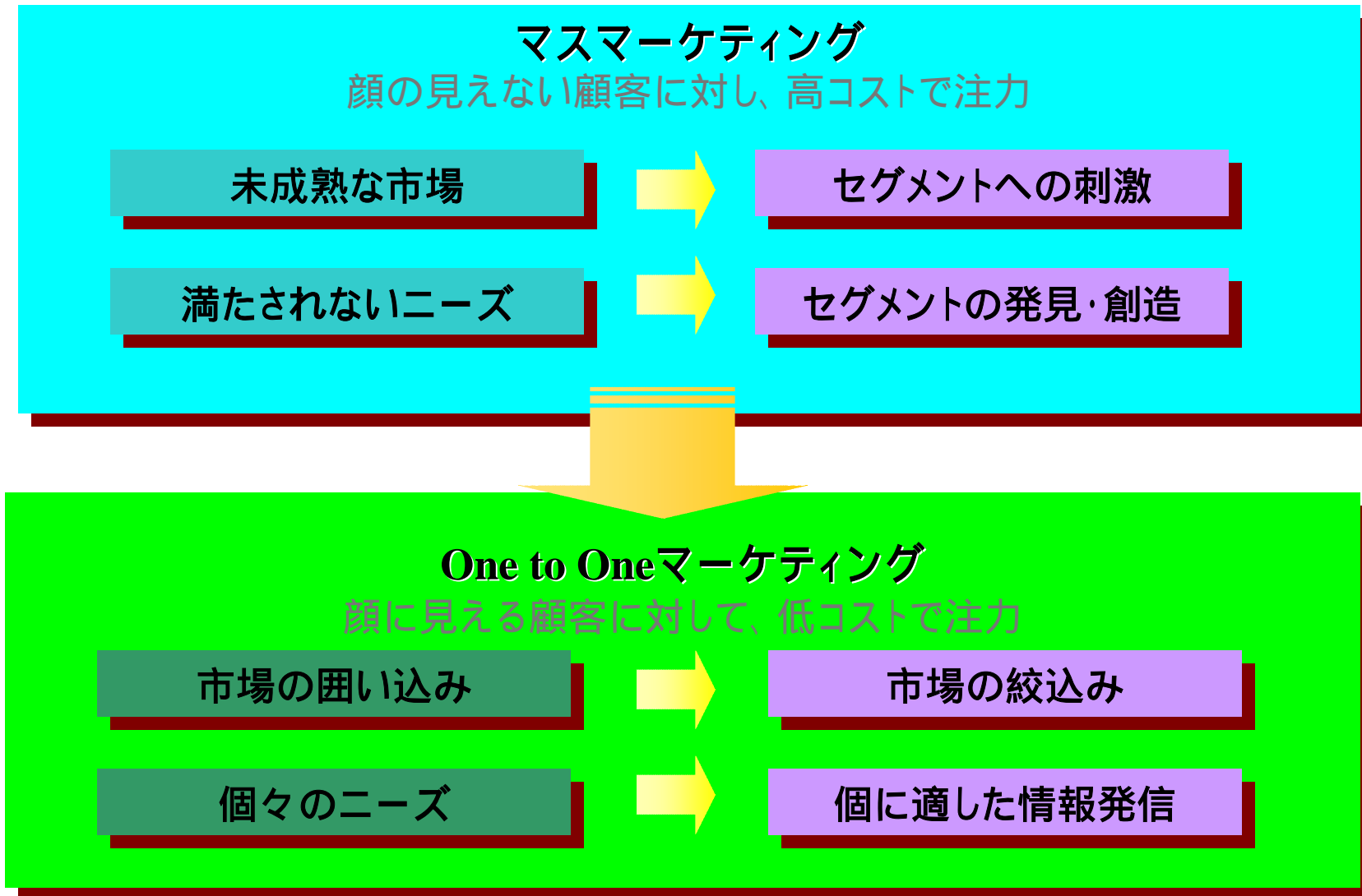
66%のユーザは、知りたい情報がない、使いづらいと感じたホームページには、2度と訪れないといった調査結果があります。(2002年 Cyber Atlas Internet.com)



# Webマーケティングとは?



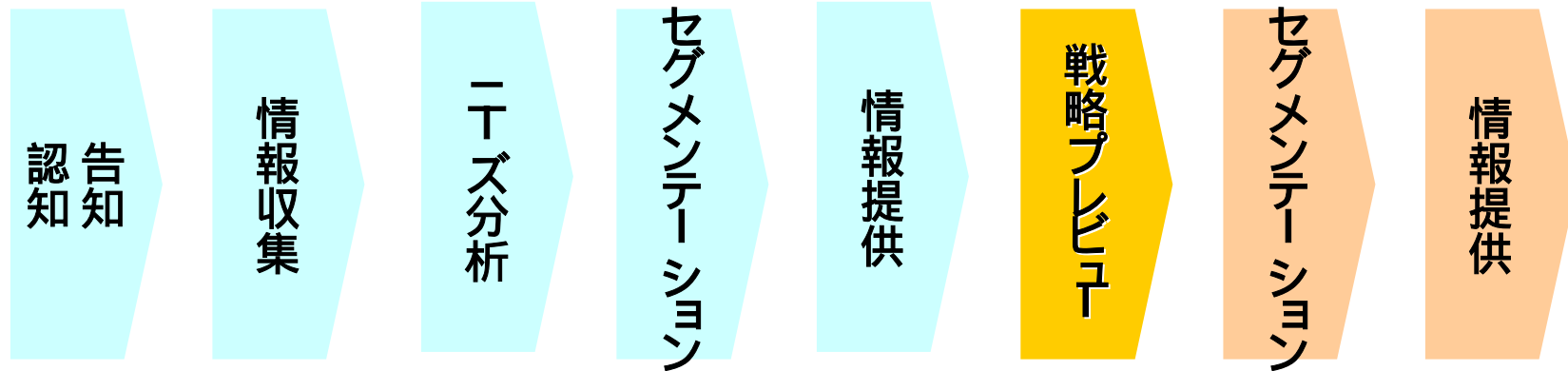
# マスマーケティング vs One to Oneマーケティング



# Webマーケティングの特長・利点



# Webマーケティングフロー



Web Web広告 アンケート クエリー クエリー メール

携帯Web メール広告 トラッキング

