

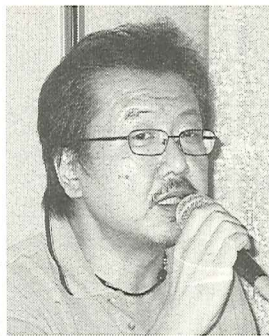
IT-now 最新情報

インターネットの有効活用を考える 商品情報提供からイベント集客、受注まで 現場に聞く“ホームページを使いこなす方法”

インターネットを使った情報発信が一般的な時代になった。住宅産業界を見渡しても、いまやホームページを持っていない企業を探すのが困難なほどだ。その一方で、インターネットを活用し切れている企業は意外に少ない。そこで、住宅産業界でインターネットを上手に使いこなしている企業のトップや担当者、さらにホームページ制作会社にインターネットを活用する秘訣を聞いた。

お客様の笑顔とコメントを前面に HPは「無人で儲かる魔法の箱」ではない 株式会社北工房

代表取締役 栃木渡氏



ホームページは実際の店舗と同じで、こまめに手をかけなければ商品は売れません。決して「無人で儲かる魔法の箱」ではないのです。ホームページで成功している企業は、寝ないでホームページ作りを頑張っているといつもいいほどです。ホームページが軌道に乗るまで、最低でも一年間はかかると思いますが、更新せずに代わり映えないホームページの映えはしないホームページ

弊社のお客様のはほぼ100%がホームページをご覧になっています。どなたかの紹介であっても、必ずホームページをご覧になります。私はホームページ閲覧者からの「お問い合わせメール」は、お客様からの「ラブレター」だと思っています。というの、弊社のホームページの場合、閲覧

者からの「お問い合わせ」は「施工依頼」とイコールということが多いからです。「お問い合わせ」はお客様からの「ラブレター」にしたいければ「自社は何ができ、どうすることができているのか」を一所懸命に考える必要があります。お金をかけずに手作りホームページを作成しても、商品販売ことはできないと思います。ただホームページを作っただけで満足して更新しないのであれば、最初から作らない方が良いでしょう。料金や費用などを掲載

さらに、おばあちゃんにニコッとした写真と「助かりました」といったコメントがあれば、問い合わせも増えるはず。有名人名を使わなくても、フラッシュなどに凝らなくても、お客様の笑顔とコメントには、設計料を掲載していますので、お客様も納得のうえで商談ができます。値引き交渉などもほとんどありません。

また、「地域密着なので、半径一キロ以内はすぐに駆けつけます」「真夜中でも駆けつけます」「水道凍結修理五千円」など、具体的に書かれていれば、訪問した人はすぐに電話がきます。これらは、ホームページで強く訴えられる「得意な物」の例です。

私がブログを活用して情報発信をするようになったのは、一年半前からです。札幌初の愛犬家住宅コーディネート

「弊社が断念は…」
「弊社のキッチンは…」
「弊社専門的なことを書くのではなく、「お客様に対して一所懸命頑張る会社」というイメージが伝わるのが重要なことです。また、ホームページを作ると、アクセス解析をすることで、ターゲットを絞り込むことができます。それで売る戦略もハッキリしてきます。そしてそれに応じたホームページにリフォームすれば良いわけです。弊社のホームページ

は、スタッフの写真も載せて、会社の雰囲気や社員の人柄も分かるホームページにしています。

HPに「何をさせたいか」という明確な目標を 住宅業界で重要な3つのコンセプト 株式会社WEBサクセス

制作統括マネージャー 白藤沙織氏

住宅事業者がホームページを作る場合、3つのコンセプトが考えられます。

一つ目は、地域にチラシをまくので、その補完を目的としたもの。二つ目は、見込み客を取り入れるためのもの。三つ目は、集客を上げるためのものです。

この三つのうち、どれを選択するかでホームページの作り方が違ってきます。まず、そこをしっかりとさせる必要があります。要するに、ホームページをどう使いたいかです。

広告やCMなどほかの媒体に比べて、ホームページは経費が安いので、期待される企業も多いと思います。でも、ホームページにも弱点があります。ホームページは待ちのツールなので、その存在を広く知らせないと、誰の目にも来ず、お

きちんと更新し続けなければなりません。デザイナーズ住宅と二十歳代をターゲットとした住宅とは、売り方が違うと思います。ネットも同じです。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

工務店のホームページを見てみると、専門用語を使って説明していることがありますが、技術者にとっては大事なことです。お客様にとってはどうでしょう。「新しく家を建てること」によって、自分たちの暮らしがどう良くなるのか」ということがお客様には分か

りたくないホームページ

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。



「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

（とちぎわたる）
平成元年四月、株式会社北工房建築設計室として法人化。平成十九年四月、株式会社北工房と改称。平成二十一年四月、セルデザインコンペティションの銀賞を皮切りに、受賞作品多数。

（いけだちかこ）
平成六年六月、勇和建設株式会社入社。平成十四年六月、大型住宅を建て、翌月「のん」を家族に迎える。平成二十一年七月、札幌初の愛犬家住宅コーディネーター資格を取得。



池田千夏子氏

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。

「顧客に何を売るか」「顧客は、なぜ買わないのか」という部分を考え、ホームページを作らなくてはなりません。