

御社のホームページを できる営業マンにする方法

なぜうちのホームページからは
問合せがこないのか・・・？



そのコミュニケーションに最適解を。

NIPPON AGENCY

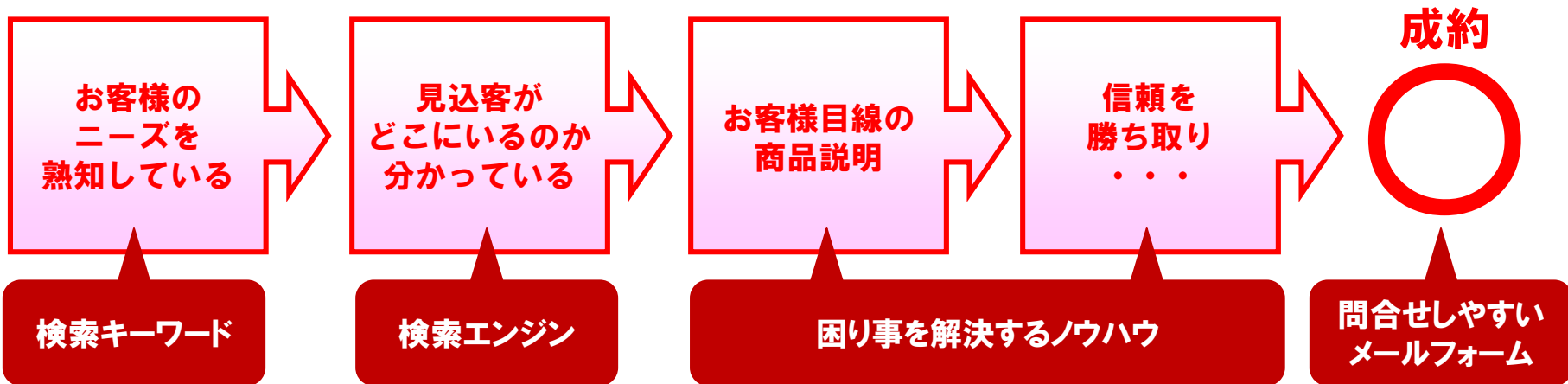
ダメ営業マンに学ぼう

ダメ営業マンには、共通の行動パターンがあります。
役に立たないホームページもこの行動パターンと同じことをしています。



では、どうすればいいのか？

…答えはホームページに「**デキる営業マンのマネ**」をさせればいいのです。



優秀な営業マンのやり方とは？

「集客→興味引き→商品説明→クロージング」の流れをマネよう

①集客

多くの見込み客を
集める

〇〇でお悩みの方、
お集まり下さい！



検索エンジンから

様々なサイトから

②興味引き

お客様の困り事に
役立つ話題で
興味をひく

〇〇を放っておくと
大変なことに…



3秒ルール対策

お客様にとっての
ベネフィット

③商品説明

自社商品が
お客様の困り事を
解決することを説明

この商品には
〇〇を解決する△△が
たっぷり入ってます



素人が理解できる
言い回し

ベネフィットを
裏付ける説明・データ

④クロージング

信頼感・期待感を
持たせて
アクションさせる

感謝の声も続々！
今ならこんな特典が
ついてきます



信頼感UP
コンテンツ

オファー対策

①集客／検索エンジン対策のメリットを理解しよう

競合他社が広告をすればするほど、
ホームページに見込客を集められるって気付いてますか？

ある日、Aさんは新聞広告で
○×ホームズの
「三世帯同居のための
自然素材リフォーム」が
見学できるイベント広告に
興味を持ちます。



Aさんはイベントに出かける前に
○×ホームズがどんな会社か、
施工事例や評判を確かめに
ホームページを見ます。



さらに
Aさんは他にも自分の要望に合う
家を作れる会社がないか、
「金沢 三世帯リフォーム」
「石川県 自然素材リフォーム」
などと検索します。

さて、このシーンで検索結果に御社のホームページが
下記のように表示されていたらどうなるでしょう？

「無垢材でつくるバリアフリー対応三世帯リフォーム / △△ハウス」
「失敗しない三世帯リフォームの間取りのポイント / □□工務店」

参考サイト



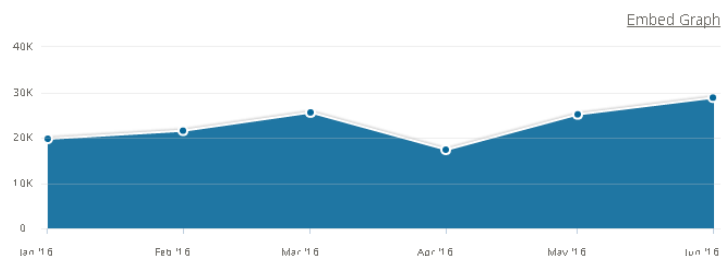
ページ情報	
URL	http://thaio.net/
title	太陽光発電で本当に採算合うか・設置前に必ずお読み下さい。 太陽光発電アドバイザー公式情報サイト
description	ソーラー・太陽光発電を設置する前にチェックしておくべき3つの項目をピックアップしてお伝えしています。採算をとって絶対に後悔しない太陽光発電導入のために必ずお読み下さい。
keywords	太陽光発電,採算,設置,ソーラー
h1	太陽光発電で採算合うか、設置前に必ずお読み下さい。
発リンク数	外部リンク:0 内部リンク:62 全ての発リンクを見る
最終更新日時	2016年07月11日 11時05分07秒 HTTPヘッダを見る

Google/Yahoo!	
インデックス数	被リンク数
279	0

サーバドメイン	
ホスト	XSERVER sv1023.xserver.jp 157.112.189.24
ドメイン取得年月日	thaio.net : 2012年10月19日 Whois

Total Visits ①

On desktop & mobile web, in the last 6 months



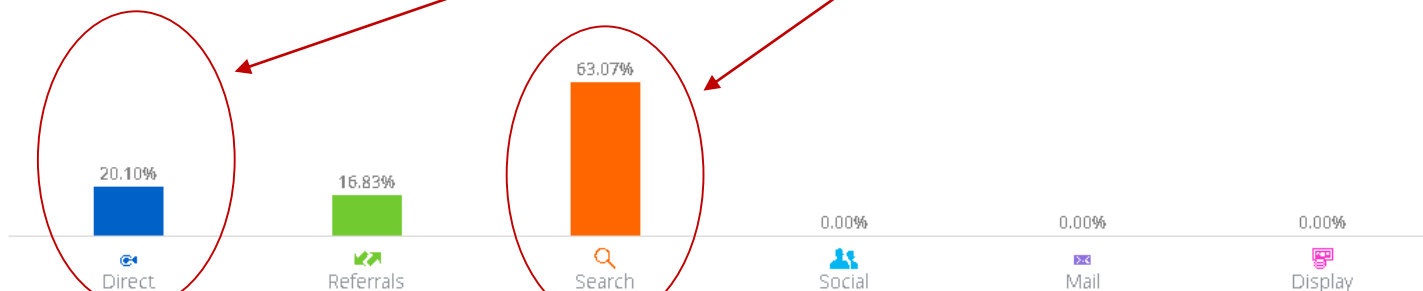
Engagement

Total Visits	28.80K
Avg. Visit Duration	00:03:36
Pages per Visit	4.02
Bounce Rate	51.83%

ほぼ検索エンジンから
毎月30,000アクセス集めている

Traffic Sources ①

On desktop



①集客：／本気客を集める入口ページを増やそう

デキるホームページはTOPページから見られていない！

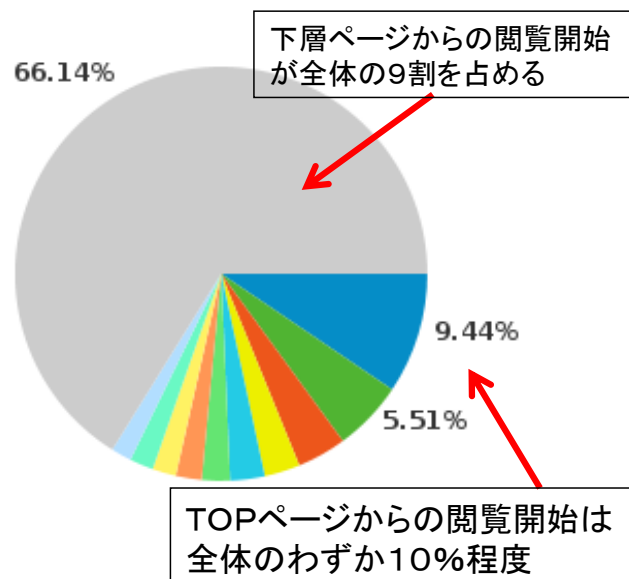
本気度の高いお客様はニーズがハッキリしているので、検索キーワードもとても具体的。
「金沢 無垢材 リフォーム リビング」
「石川県 三世帯リフォーム 間取り」
「野々市 インナーガレージ マイホーム」
など。

そんな**具体的なキーワードごとに
対応した内容のページがないと**
そもそも検索にヒットしませんし、
ページが見られても来店や問合せに
つながることもないでしょう。

つまり、デキるホームページは
見込客のニーズごとにページを増やし、
それらのページが入口となって
検索エンジンから本気客を集客できています。

Google Analytics

ある園芸会社サイトの
Googleアナリティクス
解析データより



下層ページからの閲覧開始
が全体の9割を占める

TOPページからの閲覧開始は
全体のわずか10%程度

検索キーワード

キーワード	月間検索ボリューム
太陽光発電	74,000
太陽光発電 デメリット	8,100
太陽光発電 メリット	4,400
太陽光発電 価格	4,400
太陽光発電 補助金	2,900
太陽光発電 売電	2,900
太陽光発電 仕組み	2,900
太陽光発電 発電量	2,400
太陽光発電 売電価格	1,900
太陽光発電 自作	1,900
太陽光発電 問題点	1,900
太陽光発電 蓄電池	1,900
太陽光発電 買取価格	1,900
太陽光発電 協会	1,300
太陽光発電 確定申告	1,000
太陽光発電 投資	1,000
太陽光発電 シミュレーション	1,000
太陽光発電 耐用年数	880
太陽光発電システム	880
太陽光発電 ブログ	880
太陽光発電 効率	880
太陽光発電 英語	720
太陽光発電 固定資産税	720
太陽光発電 パネル	720
太陽光発電 設置費用	590
太陽光発電 ロコミ	590
太陽光発電 費用	590
太陽光発電 の仕組み	590
太陽光発電 ニュース	480

多種類の
検索結果に
ヒットさせたい



各KWに
見込客の
ニーズが
反映されて
いる

インデックス数
279

要チェック

- ▶ 設置のポイント (9)
- ▶ 実際の発電量は?
- ▶ 太陽光発電活用術

検討している方向け

- ▶ 必ず確認すべき3点 (4)
- ▶ メリットデメリットまとめ
- ▶ 完全0円で設置する方法
- ▶ 11のメリット (11)
- ▶ 9のデメリット (9)
- ▶ 奥さん説得方法 (4)

補助金について

- ▶ 補助金と全量買取制度 (8)
- ▶ 売電価格の今後

基本事項

- ▶ 基礎的知識 (14)
- ▶ 天候や諸条件の影響 (12)
- ▶ 導入費用について
- ▶ 導入の目的について

279種類の
検索にヒットする
ためのページが
用意されている

||

各ページが
キーワードごとの
ニーズに対応
↓
集客できるHPに

お客様にとってのベネフィット（便益）で興味を引く

お客様が買っているものは何か？

■例えば、ゴルフクラブの売り場にて…

「いかがですか？」

「うん、ちょっとシャフトが柔らかすぎるかなあ」

「お客さんは体格もいいので、もう少し固めのシャフトのほうが飛ぶかもしれませんね。これなんかどうですか？石川遼プロが使っているモデルです」

「ああ、これが。いいけど、ちょっと値段がなあ」

「フェースが特殊形状で反発係数が高いんです。つまり…、飛・び・ま・す・よ？」

「…これに決めようかな。」

石川遼みたいに飛ばせるかも…



「飛・び・ま・す・よ」
この言葉を聞いた瞬間、お客様の頭の中で、石川遼選手の綺麗なスイング映像が再生されます。そして放たれたボールは一直線に飛び、大空に吸い込まれるように消えていく。

「ブーメランのように右に曲がって、林の中に消える」という現実には、もう頭の中にはありません。

お客さんは、クラブを買っているわけではありません。「購入したクラブで打てるナイスショット」を買っています。この「ナイスショット」がベネフィットです。

ベネフィットは商品そのものでなく、商品から得られるメリットと言うことができます。それは多くの場合、課題や悩みに対する解決策です。

自社商品・サービスがお客様の困り事を解決することを説明するために・・・

「お客さま＝素人」が理解できる説明ができていますか？

- 専門的な用語や言い回しは避ける
(お客様は全くの素人であることの方が圧倒的に多い)
- 言葉では分かりづらい商品・サービスの場合は、
積極的に画像や表を掲載して分かりやすく説明する
- 「つまらない」と思わせないように、分かりやすく、丁寧な表現を心がける

ベネフィットを裏付ける説明・データを提示しているか？

- なぜその「ベネフィット」があると言えるのかを
できるだけ詳しくグラフやデータ、写真等を駆使して実証・説明する。

信用を勝ち取り、最後の一押しで申込ボタンを押させる！

信頼感UPコンテンツ

- 受賞歴
- マスコミ掲載歴
- お客様の声
- よくある質問

対応はしっかり
しているの？

他の人は
どう思っ
ているの？

オファー対策

最後の一押しとなる「お得感」「期待感」を持たせる特典を用意することでアクション率UP！

通販サイトなら

- ・初回限定お試し特別価格
- ・定期購入なら〇%OFF
- ・レビューを書いたら送料無料 など

企業サイトなら

【無料診断サービス】

【セミナーへ誘導】

【小冊子の申込み】

**ホームページを
できる営業マンにするために、
まずはウェブ解析から
始めてみませんか？**

 **上級ウェブ解析士**
Senior Web Analytics Consultant (SWAC)

 **ウェブ解析士**
Web Analytics Consultant (WAC)

日本エージェンシーに在籍している
「上級ウェブ解析士」、
「ウェブ解析士」が
対応させていただきます。

当社ではウェブ解析士が丁寧にアクセスログデータを解析することで、思い付きや好き嫌いの感覚だけで運営することがなくなるようにご支援させていただきます。

現状把握
効果検証・改善

ウェブ解析

戦略立案

O2O

Online to Offline
Offline to Online

デジタルデータ
蓄積・活用設計

クリエイティブ

Webサイト

スマホアプリ

プロモーション

インターネット
広告

SEO

SNS