

# 店舗型ビジネスで集客を考慮した場合の 5つの視点(切り口)と解決策(ソリューション)

お客様に優しいホームページのご提案

## 01.何かのサービスを受けようとする場合のユーザの行動(動線)

- 何かの手段で調べる
  - 現在は圧倒的にネットで調べる
  - 他、タウンページで調べる
  - ...
- 電話をして問い合わせる
  - サービス内容の確認
  - 場所の確認
  - 案内を聞き予約する
- サービスを受ける
  - 現地までの経路を見ながら訪問
  - サービスを受ける

## 02.店舗型ビジネスを考えると、案内が如何に大事な事がわかる

- 案内の充実が集客(集患)につながる!!
- 集客を考えるとネット上に案内を展開できた方が有利
- それならば、ネット上に仮想店舗を持てば良いのでは!!!
  - これがHPを持つ意義となった
- しかし、HPが実際の集客に繋がっているのだろうか？
  - ①集客が増えていても、その要因がHPからだとは、判断できない？
  - ②HPを見る人はパソコン(PC)の利用者。(PCから見ることを前提で開発されたHPが殆ど)
  - ③スマートフォン(スマホ)利用者が急激に増加したが、果たしてスマホユーザも見ているのだろうか？
  - ④既存のHPは、スマホユーザに優しくない事を、HPオーナーは知らない!?(※)
  - ⑤結果、結局HPは、ネット上の名刺代わりとなっているだけではないだろうか？(※)

## 03.ビジネスに優位性を持たせる為に必要な事

- 01.HPの情報は、顧客の望みに直ぐに答えられること
  - 何かを見つめたいときネットが便利
  - ネットで検索
    - PCからネット検索
    - スマホからネット検索
      - インターネットユーザの半数以上がスマホユーザ
      - 20代女性では9割がスマホユーザ
      - PCはもっていなくても、スマホを持っているユーザは多い
  - しかし、現状はスマホに優しいサイトは非常に少ない
    - ○○県、□□市と◇◇市のHPでスマホに優しいサイトは1割に満たない
    - ※出典：△△商工会議所名簿の会員HPから調査(2015/06)

## 03.ビジネスに優位性を持たせる為に必要な事 (2)

### ■ 02.インターネットの利便性とは(ユーザビリティ)

- 探しやすい事(手間をかけずに、直ぐに探せて、直ぐ見つかること)
- 直ぐにアポイントがとれること(見つけることができたらずぐに連絡が取れる状態であること)
- PCから検索してサービスを受ける場合のステップ
  - **8ステップ以上の動作**(面倒な操作)
    - 01.PCを立ち上げる(電源を入れる)
    - 02.検索→(ウェブブラウザを立ち上げて「**地域名 サービス名**」+「**検索**」ボタン)
    - 03.検索結果の上位から、目的にあったサイトを探す
      - (1回で見つかる事はまれで)、目的のサイトを1から数ページスクロールしながら探す
    - 04.殆どのユーザは最初のページに現れたサイトから、多くても数ページ内のサイトをクリック
    - 05.開いたサイト(HP)が、目的にそったものであれば、そのサイトの電話番号を控える
      - (見つからなければ別のサイトを開く)
    - 06.該当サイトの電話番号に電話をする(ここで初めてスマホや携帯・固定電話が登場)
    - 07.出かける場合は、PCのブラウザを閉じ、PCの電源を落とす
      - (プリンタに地図を印刷する場合もある)
    - 08.スマホや携帯電話で経路を調べるか、地図を持ってでる

## 04.インターネットの世界と、ネット上の新たな動き

### ■ 01.ネットの状況

- 01.ネット上の情報サイトの乱立・**情報の氾濫**
- 02.何が有用で、本物の情報なのかが分かりづらい環境
- 03.ネット上での競争(実店舗と仮想店舗)
- 04.ネット上でビジネスが可能なのは、仮想店舗(amazon、楽天など)が実店舗を駆逐

### ■ 02.実店舗のネット進出

- 01.実店舗への集客が狙い
- 02.しかし実店舗への接続性が不十分(不備:ユーザに優しくない)

### ■ 03.そして、スマートフォンの普及によるネットユーザの激増

- PCは持っていないなくてもスマホを持っている人は多い
- ネット環境の改善の要求の増加

## 04.インターネットの世界と、ネット上の新たな動き (2)

### ■ 04.検索結果:順位表示の影響と課題

- 01.検索エンジン最大手Google®が検索結果から表示順位を決める
- 02.検索2位のyahooもgoogle®の検索エンジンを使用している
- 03.google®が決める表示順位
  - 過去に何度も表示順位を判定する判定基準のアップデートを実施、今後も続く。その為にSEO業者は日々戦線恐恐

### ■ 05.そして遂にgoogle®が決断 (検索結果の順位表示をスマホユーザー向けにシフト)

- スマホ対応をしていないサイトは、検索結果順位を下げると宣言
- スマホユーザの利便性を第一義とした対応を求める
- さらに、スマホユーザの利便性を図るために、スマホから検索すると、スマホ対応という表示までつけています。(※)

### ■ 06.自サイトが、モバイルフレンドリー対応かどうかを判定できるツールをgoogle®がネット上に公開

- 検査結果でモバイルユーザビリティで無いと判断すると表示順序が圏外になることも
- もしモバイルフレンドリーでなかった場合、「**モバイルフレンドリーではありません**」という表示と、**×印と要点が表示されます**  
(対処方法も示されますが、あくまでもwebシステムの専門家に向けた内容です。)
  - × テキストが小さすぎて読めません
  - × モバイル用 viewport が設定されていません
  - × コンテンツの幅が画面の幅を超えています
  - × リンク同士が近すぎます
  - × 互換性のないプラグインを使用しています
- 詳細の解説はこちらからどうぞ → <https://www.facebook.com/notes/895529617163675/>

## 04.インターネットの世界と、ネット上の新たな動き (3)

- 2015/04/21遂にgoogle®が「モバイルフレンドリー対応」を実施
  - モバイルユーザ(スマホやタブレット)を優先させる施策
  - 未だ、スマホ対応サイトが少ない為、大幅な変動はありませんが、業界によっては今まで1位だったところが3位になったり、今まで3位だったところが6位になったりと順位が変動しています。...
  - この結果アクセス数が激減したところも!!!  
(今まで日に3,000アクセスあったところが、1,000アクセスを切った)
  - 一般的にネットからの成約率は1%(100件アクセスの内、1件成約)あれば良い方と言われています。
    - ファネルの例で、100件のアクセス、10件(10%)が問合せフォームにたどり着き、1件(1%)成約
    - 3,000アクセス、10%の300が問合せフォームまで到達し、1%の30件成約が...
    - 900アクセスとなり、10%の90が問合せフォーム、1%の9件が成約に至っても、売上は、30分の9です
  - 客単価3万円とした場合(3万円×30人=90万円)が(3万円×9人=27万円)何と売上は3分の1以下です  
(こうなったら、死活問題になるところも!)

## 05.スマホユーザをビジネスに取り込めれば良いのではないか！

### ■ スマホなら、スマホ1つで以下の操作が出来る

- ①検索をする
- ②場所の確認をする(ナビも！)
- ③問い合わせをする
- しかし
  - **これらをワン・ストップで提供できるサービスは少ない**(※)
  - 今が、スマホ対応するチャンス(※)
    - 益々増加するスマホユーザを取り込むチャンスが到来！
    - **ご安心ください。スマホ非対応サイト・オーナーは、ピンチをチャンスに変えられるものがあるのです**(※)

### ■ 現在は検索ユーザの半数以上はスマホから

- PCは持っていないがスマホは持っている
- スマホは手軽で便利
- ある調査では、**20代女性の場合、9割以上がスマホからの検索**
- 携帯電話ユーザのスマホへの切り替えが進む中、益々スマホからのアクセスが増加する。

## 06.ワン・ストップで集客まで繋げる仕組みの登場

### ■ ※操作はたったの3ステップ

- 01.スマホで[検索](#)
- 02.検索結果の画面を確認しながら、[そのまま電話](#)して予約
- 03.スマホ画面の[google®マップ](#)で経路を確認しながら来店

### ■ ※スマホユーザは、直接これらがすべて行えると、別の検索は行わない

### ■ さらにユーザビリティを考慮したユーザフレンドリーな作り

- サイトページの見やすさ、使いやすさ
- スマホとPCのページが同一
  - SEOに優位
  - 表示順位が上がる
- 他、PPCに対応し易い

## 06.ワン・ストップで集客まで繋げる仕組みの登場 (2)

- ユーザの希望にそったページが見つければ、スマホユーザは別のページを探さない
  - スマホユーザが見つけやすくするための、工夫とページ構成
- ※直接電話をする事が出来るため、電話の着信が増えることによって効果を把握できる
  - サイト内のどのページに行っても「電話をする」ボタンがついてくる
  - ページをスクロールしても、邪魔にならない最下段に「電話をする」ボタンがついてくる
  - ユーザはページ内の「電話をする」ボタンをタップ(クリック)するだけで電話をかける事ができる  
(その都度、電話をかけるページに戻る必要がない)
  - これらの新しいHPの構成で、間口(ファネル)が広がりアクセスアップを見込める
  - どこからでも電話がかけられる機能で、顧客をキャッチし成約につなげる
- さらに問合せフォームの最適化で、顧客の入力負担を軽減する
  - FEO