

顧客を呼びこむ ホームページの作り方

連載

第1回

Webサイトは

世界とつながる 新しい媒体だ!



【講師】
A&M Leadere 代表
Webコンサルタント
二木 暁子

中小企業にとってインターネットはどのような意味を持つのでしょうか。本連載では、Webサイトをビジネスに有効に活かすにはどうしたらよいかを考えていきます。

インターネット上に公開する情報のまとまりをWebサイトといいます。このうち、トップ画面にあたるものはホームページと呼ばれており、例えば外務省ならば左上のような画面が出てきます。最近ではホームページという名称でWebサイト全体を指すことも多いのですが、ここでは「Webサイト」という言葉を使っていくことにします。

情報発信は 市場開拓につながる

Webサイトを利用したネットビジネスは、BtoB（企業間取引）

BtoC（消費者への販売）ともにインターネット利用者の上昇に合わせて、安定した利潤を生む源泉として認知されてきました。インターネット上にある約8割のWebサイトは、利益を生み出すことを目的としているのです。

しかし、インターネットがビジネスに有利に働くものだと知っていても、「自分の会社とネットビジネスは結びつかない」「Webサイトを効果的に使う方法がわからない」「など、疑問に思うことが多いかもしれません。

まず押さえておきたいのは、「Webサイトは媒体である」ということです。

インターネットという世界規模の通信環境に置かれたWebサイト

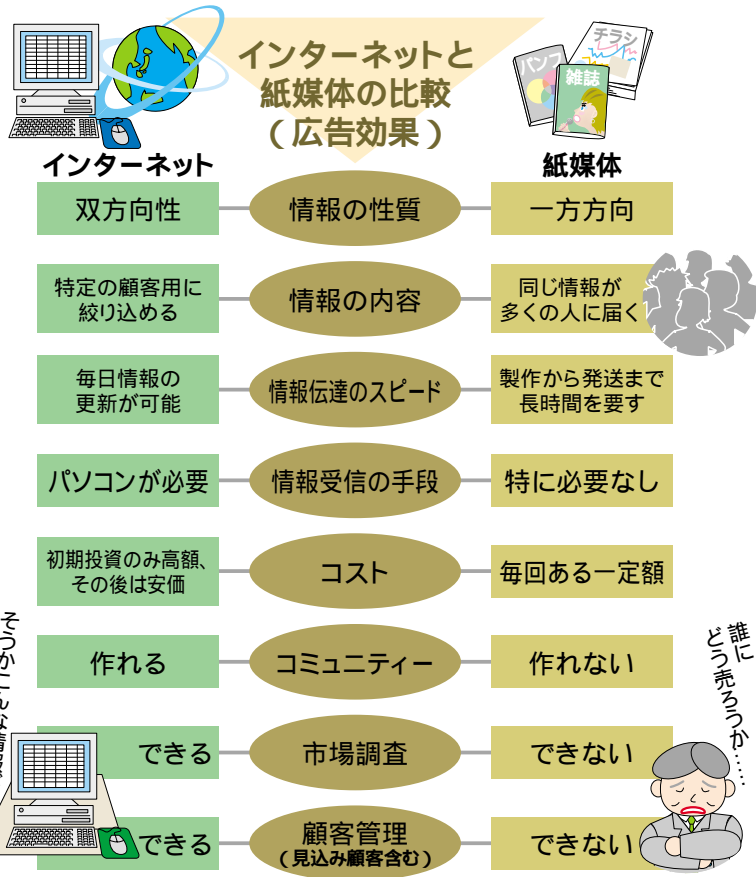
は、双方向性を最大限に生かせる媒体なのです。この双方向性が、マーケティングや顧客開拓に力を発揮しています。自ら情報を発信することで、情報を得たい人々が集まり、その人々が潜在顧客となっていくのです。

さらに、インターネットを生かしたビジネスの魅力は、商圏を限定せず、また自ら商圏を作り出せるところにあります。

通信販売はその典型的な例と言えますし、BtoBでも、既存の商圏から外れている会社と取引するきっかけとして、Webサイトが役立つています。

Webサイトの 利点はなにか

では、Webサイトのメリット



を整理して見ましょう。

- 顧客が求める情報を発信していくことで顧客の固定化が図れる
- 訪問者数が増えれば、低予算でも広告効果が得られる
- 顧客と継続的にコミュニケーションできる（コミュニケーション作り）
- サイトの規模にかかわらず市場開拓ができる（ネット上でのフレンド構築）

5. 商品等のデータベースを公開できる

これらの要素を生かしたり、深めたりすることで、誰でもWebサイトを活用したビジネスプランを作ることができます。

成功する Webサイトとは

では、Webサイトを構成する

情報の中身（コンテンツ）について考えてみましょう。Webサイトでよく発信される情報に、会社案内があります。

紙で作る会社案内ならば、社名、場所、事業内容が順序よくレイアウトされていますが、それだけではWebサイトの特徴である、双方向性を生かしたものとはいえません。与えられた機能を10%くらいしか使っていないでしょう。

Webサイトを効果的に使うにはコンテンツを充実させることが必須ですが、それは情報量を多くするという意味ではなく、コンテンツの機能を吟味して利用者が欲しいものを優先させていくことを意味しています。

会社案内の例で言えば、Web

サイトから会社案内を取り出した人にとってのメリットは何かと考えるのです。ネット利用者には共通の心理があります。「時間とお金のお得感」がそれです。つまり、利用者が知りたいと思う情報をなるべく速く探せるようにするのです。

紙媒体での会社案内は一般的に、創業年次や社歴を最初に記述する

ケースが多いのですが、Webサイトは、会社が「今、何をしているのか」「住所はどこか」など直接的な情報を取り出しやすくするほうが利用者の興味が高くなり、そのサイトへの親和度も上がります。

また、載せた情報をどのように伝えるのかという「コミュニケーション」に力を入れるかどうかでWebサイトの良し悪しが決まってくるのです。

次回からは、効果の上がるWeb活用について、具体的にお話しします。

今回のまとめ!

- インターネットのWebサイトはビジネスに役立つ
- 新規顧客獲得と定着
- 商圏拡大
- Webサイトは双方向
- 顧客の求める情報を顧客が望む配列に