

Webリフォームコンサルティング

誰にとっても差し障りのないホームページは誰にとっても不満足。顔が思い浮かぶ得意先こそホームページの発信先である

商売の基本は既存客を大切にすること

あの店はなじみ客を大事にする。商売の基本は自分の店をひきにくる客を大切にすることではないでしょうか。満足の高い顧客が新しい顧客を呼び込む。昔の商売はこうして繁盛してきました。ところが現代はどうでしょうか。新規顧客にはキャンペーン価格で安売りし、売ってしまえばもう気持ちは次の客に移っている・・・こんな商売の仕方では顧客との信頼関係は築けません。結局、新商品が値下げで客を呼び込む合うしか手はなくなってしまいます。そして誰も店の言うことは信用しなくなってしまいます。商売の基本は「売る前」にあるのではなく「売った後」にあるのではないのでしょうか。

デル・コンピュータのプレミア・ホームページ

デル・コンピュータのマイケル・デル会長兼CEOはインターネットをはじめて知ったとき大喜びしたと言われています。しかしその理由は社員が想像していたのとは全く違っていました。社員は新規顧客の獲得のための集客キャンペーンをやるのだとばかり思っていたのですが、マイケル・デルが指示したのは得意先顧客への専用（プレミア）ホームページをつくることでした。彼は「これでやっと得意先の要望を24時間聞くことができる。」と思ったのです。そしてデル・コンピュータは成功しました。

なぜホームページはつまらないのか

残念ながらほとんど企業のホームページは読むに値しません。それはなぜなのでしょう？改善が必要なホームページに共通していることは誰に対して情報を発信しているかよくわからないことです。世界中にはりめぐらされたインターネットのイメージに数え切れないほどの人々に情報発信できるのだと考えているのかもしれませんが、しかしそれは不特定多数ではないのでしょうか。誰にとっても差し障りのないホームページは誰にとっても不満足なのです。ホームページの出発点は新規客の獲得では決してありません。既存客の顧客満足の向上にこそ向けられるべきなのです。

ホームページの質を決定する五つの要素

ホームページの質を決定するものとしてマーケティング、シナリオ、デザイン、プロデューサ、テクノロジーという五つの要素が存在します。誰に情報を届けたいのか？「どのように情報を知らせたいのか？」知らせたいことがうまく伝えられているか？「誰が運営しているのか？」魅力的なしかけはあるか？「私達はまずこの五つの疑問からホームページのあり方について考えていきます。

No	自己診断のためのチェック項目	Yes	No
1	ホームページを誰が見ているか、はっきりしている		
2	他社に比べて、見劣りがしない		
3	誰でも簡単にいきたい場所に行ける		
4	ホームページ制作によって売上がのびた		
5	最新技術を取り入れたホームページになっている		
6	伝えたい情報が確実に伝わっている		
7	貴社の特徴が表現されている		
8	ホームページの情報更新だけでなく改善努力をしている		
9	ホームページによって新たな顧客が開拓できた		
10	ホームページならではの便利さを提供できている		

プロの職人集団によるWebリフォーム

業者まかせに作成した後そのまま放置されているホームページは効果がないだけでなく、あいまいで不誠実な情報を発信する企業としてマイナスの評価を受けることになりかねません。マーケティングとITを熟知した私達が既存のホームページの材料を生かした形でリフォーム致します。

杉浦システムコンサルティング,Inc

〒600-8815 京都市下京区中堂寺粟田町93 京都リサーチパーク6 号館401 号

TEL 075 (321) 5528 FAX 075 (315) 8497

Email sugiura@mbox.kyoto-inet.or.jp HomePage <http://www.st.rim.or.jp/> ryoma