

IT活用の経営術 (第1回)

ホームページの再考察ー

温泉もHPもほったらかしがキーワード

OCPビジネスプロデューサー 宇佐美康司

現在ホームページ(以下HP)を開設している小規模企業や商店は、30%程度だそうです。みなさんの会社やお店はいかがですか？

「電話やFAXでなくメールで問い合わせが来ますから、ぜひ綺麗で立派なHPを作りましょう。」と何でもHP作成を営業する業者は問題外ですが、信頼できる金融機関や商工団体のアドバイザーからHPを推奨された方は多いと思います。

なぜ今HPが必要なのか理解していただくため、現代の消費行動についてご説明します。

消費行動の変化

ネットで調べ、現実社会のショップで購入する

A :Attention(注意)
I :Interest(興味・関心)
D :Desire(欲求)
M :Memory(記憶)
A :Action(行動)

現実社会の
消費者の
心理的プロセス

A :Attention(注意)
I :Interest(興味・関心)
S :Search(検索し)
A :Action(買う)
S :Shara(情報共有する)

ネット社会の
消費者の
心理的プロセス

AIDMAとは Attention(注意)→ Interest(関心)→ Desire(欲求)→ Memory(記憶)→ Action(行動)の頭文字で、消費者の心理的プロセス・モデルです。そしてAIDMAがインターネット(以下ネット)時代になって変化した購買行動がAISAS。つまり、興味があつたら、すぐに検索して、購入し、その情報を共有するというものです。

ここで重要なのは、新規購入はネットの情報検索が購買行動のスタートとなっていること、つまりHPがないと実店舗にも来てもらえないのです。HP作成を推奨する理由はここにあります。

ところで、皆さんはネット検索した人はネットで買うからHPで販売しなければ、と思っていないですか？ 実はAISASのAction(買う)で、実際にネットで購入するのは15%程度です。今は実店舗で購入する人も、まずネットで実勢価格や仕様を調べています。だからHPで情報発信することが必要なのです。

ただし、無駄に立派なHPを作らないことです。HPも現

実の店舗も大きく立派なほど構築や維持に費用がかかるのです。

今回は、制作や維持メンテナンスにお金も手間もかからない、ほったらかしHPをご紹介します。といっても数年前にHP作ったけど更新が面倒でほったらかし状態…ではなくてメンテナンスフリーという意味です。

もちろん、ほったらかしHPで営業対応するにはいくつかの条件があります。

ほったらかしHPで対応できるサービス、商材の条件は以下の3つです。

- (1) 対象商品は価格競争しない、大量販売の必要がない、つまりネット販売しないこと
- (2) 対象エリアは山梨県内の企業や個人で、訪問営業か対面販売が主体であること
- (3) 最後に、商品の品質や自身の直接営業力、対面販売力に自信があること

そして、具体的にHPに盛り込む内容は以下の3つです。

- (1) 商品やサービスへのこだわり、思い入れ、品揃え、およびその価格帯
- (2) お店の場所、担当者の紹介、連絡方法(電話・FAXだけでも可)
- (3) 自社製品を喜んでくれそうなお客様像

メール問合せアドレスがなくても大丈夫、商品が格安である必要ありません。大事なのはお店に相応しいお客様の条件を明確に伝えることです。価格の安さだけを基準に来店する人は、長いお付き合いができる良いお客様ではないはず。

最後に、安価に作成するための準備です。

- (1) HP作成業者より、知り合いや学生、ボランティアを探す
- (2) 情報更新やメール対応は自分で出来る技術の範囲で対応し、技術がなければ更新が必要な情報を載せない
- (3) お付き合いしたいお客様へ提供できるサービス内容を自分の言葉と写真で表現する

「気軽にメールでご相談下さい」でなく「気軽にご来店ください」が良いのです。デザインを気にするより、お付き合いしたいお客様をイメージして語りかけるのです。

HPは地域の新規顧客開拓にも重要で、しかも費用対効果が高い営業ツールです。

そしてマメに情報更新しなくてもHPは地域販促に活用できるので。