

第2回 ネットで売れる仕組みを考えよう！ 後編

中小企業診断士 吉田明弘

集客は人の多く集まることから

前回は、ネット上に顧客接点を持つ手段をいくつか紹介しました。ネットを活用すると、広く日本全国や世界にアプローチできるメリットがある一方で、膨大な情報が溢れているため、みなさまのビジネスが埋もれてしまう可能性もあります。そこで、ネットならではの集客というものが必要になります。

ところで、集客は、ターゲットとなるお客様が多く集まっているところで情報提供すると効率よくできます。それではネットで人の多いところとは、どこでしょうか。物理的に人が集まるわけではないですが、ネット上で多くの人が使う機能やアプリ、多くの人が見るサイトなどは、人の集まる場所と捉えられます。この第2回では、ネット上で多くの人が利用しているものを基盤にした、無料でも運用できる2つの集客方法を紹介します。

テーマを絞りながら全国に網をかけていく

みなさんがネット上でよくすることを考えてみたとき、「検索」が真っ先に思い当たるのではないのでしょうか。それであれば、この「検索」という場所に看板を立てれば、お客さんを集めやすいと考えられます。

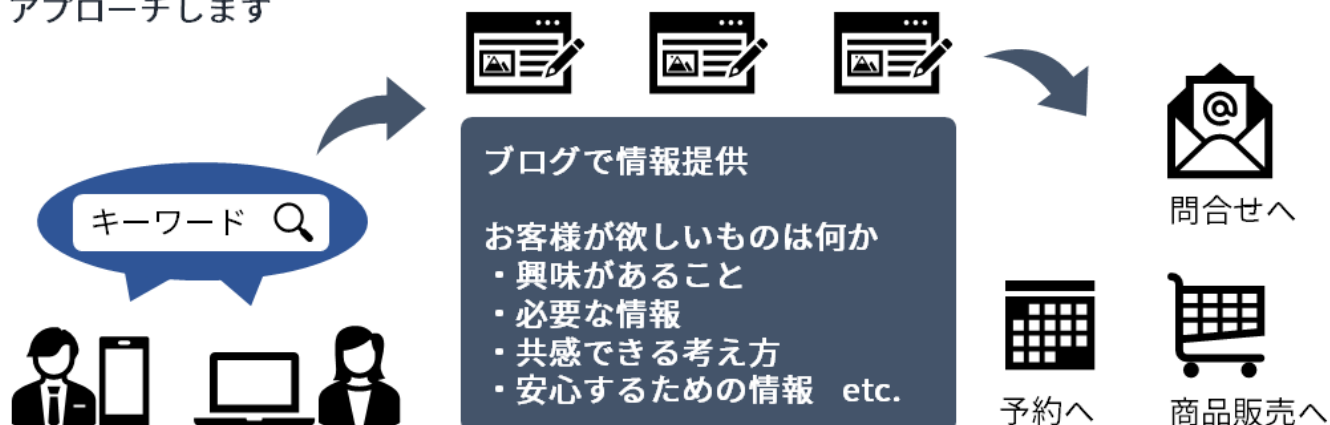
SEOという言葉があります。これは「Search Engine Optimization」の略で、検索の仕組みに対してサイトを最適化することです。検索エンジンのGoogleなどは、ユーザーの役に立つ情報、興味のある情報が優先して表示されるように作られていますから、「検索」上に看板を立てるということは、多くの人の役に立つ情報を提供するということとほぼイコールです。

ネット上で情報を提供するためのよくある手段としてはブログがあります。「Web Log」の略で、もともとはネット上に公開しながら日記などの記録をつけていくものでしたが、体系立てた用語集やマニュアルとは違って親しみやすい情報発信手段として、企業なども活用しています。ターゲットとなるお客様が求めている情報を、ブログで発信し続けると、検索などを通じて次第に多くの方の目につくようになります。そしてそこから、提供している製品やサービスについても知ってもらえるようになります。

多くの人に役に立つ情報や、多くの人が興味を持つ情報を発信するとなると、少し難しく感じられるかもしれませんが、しかし、人口10万人の町で10人しか興味のない情報でも、ネットを通じて1億人に発信すれば1万人が興味を持つ可能性があります。テーマを絞った情報であるほど、他に同じような情報が提供されていない可能性が高いですから、それを欲している人には喜ばれます。誰も見ないのではないかと怖がらずに、いろいろな情報を発信してみてください。

人が集まる「検索」での集客

関連キーワードで検索する人たちに
アプローチします



ターゲットとなるお客様が求める情報を
提供し続けることで検索からの集客ができます

ブログ

ネットでありながら地域性を持ったアプローチ

店舗に来てもらわないと製品・サービスを提供できないなどのビジネスでは、ネットを使って全国に情報発信しても、立地している地域での認知が広がらなければ売上にはつながりづらいです。また、検索上位に表示されるために、全国規模で競わなければならないのは、効率が悪いと言えます。

それではネットでの集客は難しいかという、そうではありません。ネット上でも、地域性がありながら、たくさんの方が集まる場所があります。それは「地図」アプリです。近年、スマートフォンで目的地までの経路を調べて、地図を見ながらそこに向かっていくという行動が、世の中に根付いてきました。店舗を構えるビジネスでは、この「地図」上で認識されることがとても重要になっています。

Google マイビジネスというサービスを活用して店舗情報や写真などを掲載しておく、Google マップ上でお客様が店舗を見つけやすくなります。また、検索エンジンの Google でも、検索キーワードに書かれた地域名やユーザーの現在地を考慮して、近隣の店舗を検索結果としてマップで表示するようになっています。Google マイビジネスで有効な情報が提供されていると、地域ごとの検索結果で上位に表示されやすくなるので、自店舗の情報はオーナー登録をして管理するようにしてください。

Google マイビジネス

https://www.google.com/intl/ja_jp/business/

人が集まる「地図」での集客

地図アプリを参考にしながら
行動する人たちにアプローチします



ユーザーの役に立つと
地図アプリが判断した
情報が上位に表示

役立つ情報を掲載して
来店や予約等へ誘導

- ・写真
- ・営業時間
- ・HPのURL
- ・電話など
- ・クチコミ／評価

店舗などの登録情報を管理することで、
地図アプリや地域での検索からの集客を強化

Googleマイビジネス

お客様の反応を捕捉する

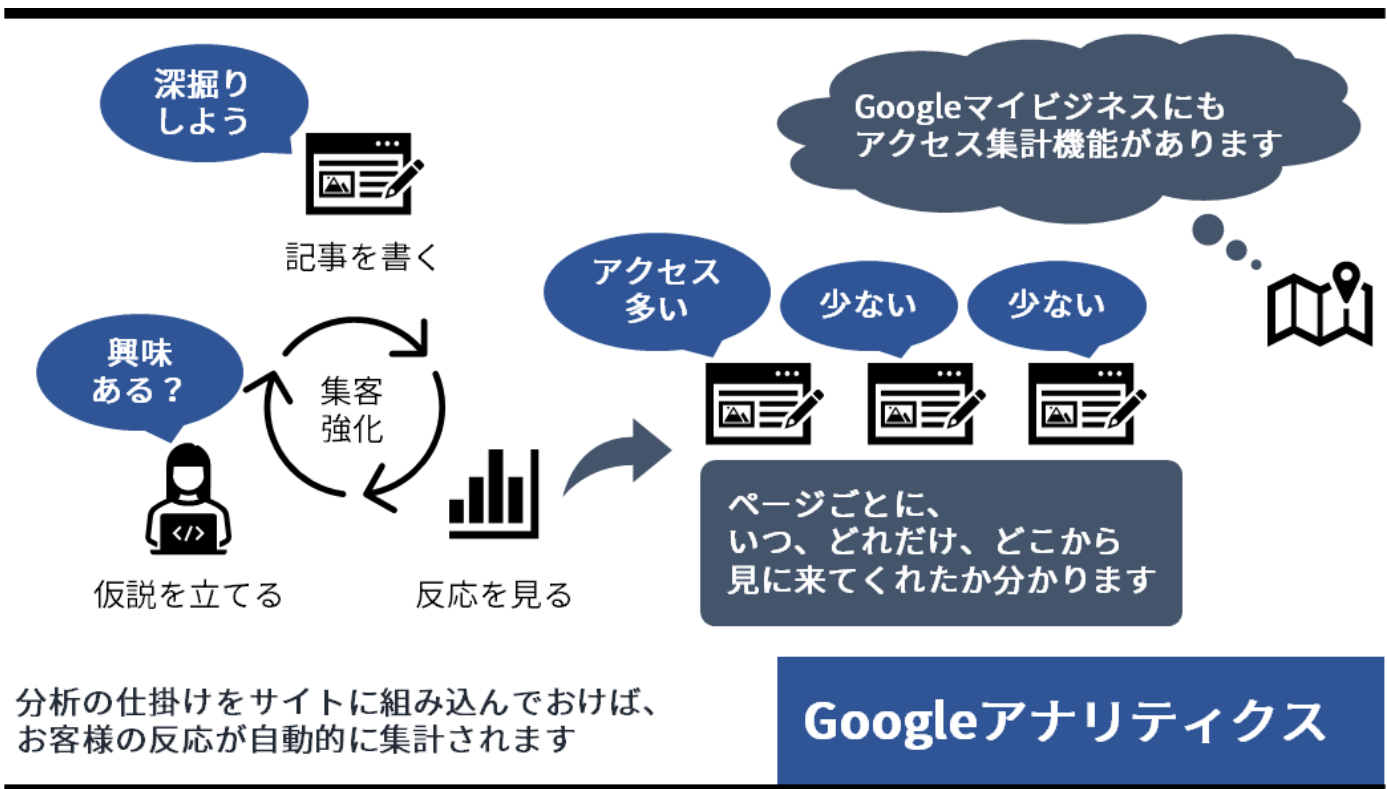
ネットで情報提供する際には、必ず意識しておいて欲しいことがあります。それは仮説検証のサイクルです。

ホームページや通販サイト、そしてブログでは、Google の提供する「Google アナリティクス」というツールを組み込むことで、どれだけの人が各ページにアクセスしたか計測することができます（利用しているアプリ独自の機能で計測できることもあります）。想定していたキーワードで検索された数や、実際にページが見てもらえた数などを確認することで、次にどのような情報発信をしていくかを考える参考になります。

Google マイビジネスでも、情報が表示された回数やホームページへのリンクがクリックされた回数などが集計されます。その数字を見ながら、追加で写真を掲載したり、記載されている情報をより詳しくしたり、お客様にクチコミを記載してもらったり、工夫してユーザーに店舗等の情報が伝わるようにします。

Google アナリティクス

<https://marketingplatform.google.com/intl/ja/about/analytics/>



専門家の支援を受けやすくなる「中小企業デジタル化応援隊」

今回紹介した集客方法は、どれも簡単に活用できるもので、ネット上に多くの情報も公開されており参考にして導入を進めることができます。しかし、特に最初は専門家に相談しながら進めたいという方もいらっしゃるかもしれません。

中小企業デジタル化応援隊という事業は、みなさまがIT専門家の支援を受ける際に、最大3,500円/時間(税込)の謝金が事務局からIT専門家に支払われるものです。そのため、事業者のみなさまは、それを差し引いた金額でIT専門家と契約ができます(最低500円/時間以上は負担が必要です)。IT専門家とのマッチングは本事業の仕組みの中でできますが、既知の専門家がいるようでしたら、本事業を利用してその専門家に支援してもらうことも可能です。



中小企業デジタル化応援隊事業（中小企業庁／独立行政法人 中小企業基盤整備機構）

<https://digitalization-support.jp/>

この事業を利用して、例えば、以下のようなところで、IT 専門家に一緒に活動してもらえます。

大まかなデジタル化フェーズ	支援内容の例
解決したい経営課題の特定	・ 事業コンセプトの再確認と課題の洗い出し ・ デジタル化する範囲の特定
デジタル化計画の検討と具体化	・ デジタル化された新しい業務の流れの検討 ・ 導入から運用まで含めた計画の策定 ・ 要件を満たす具体的なツールや利用プランの選定
効果測定と改善	・ 業務を回しながらの試用やツールの効果検証 ・ 運用計画の変更

このような活動は、ネットで売れる仕組みを作るにも重要です。この事業では、デジタル化にあたって必要となる検討内容などをまとめた「支援提供パッケージ」というものも提供しています。サイトに掲載されている概要パンフレットに、導入ツール毎のポイントがまとまっているので、一度ご覧ください。

支援提供パッケージ | 中小企業デジタル化応援隊事業（中小企業庁／独立行政法人 中小企業基盤整備機構）

<https://digitalization-support.jp/packages/>

サイトで紹介されている支援事例も分かりやすく参考になります。

なお、法人格のない事業者が登録申請を出す際には、確定申告書 B もしくは開業届の写しが必要となりますので、創業期の方は開業とデジタル化計画のタイミングに注意してください。

SNS での情報発信

今回はネット上で人が集まるところとして「検索」「地図」における集客を紹介しましたが、もちろんこれら以外にも人が集まるところはあります。その代表的な場所が「SNS」です。次回からは、SNS における情報発信について紹介していきます。

◆プロフィール◆

吉田 明弘



1978 年神奈川県生まれ。中小企業診断士。

ソフトウェア開発会社に 17 年間所属し、組込みシステム開発、印刷会社の生産性向上のためのシステム開発や要件定義を中心に、多くの開発プロジェクトに参加する。開発以外にも様々な業務に関わり、自社の新規事業企画、新人研修、営業なども担当した。企業の IT 利活用と不可分である経営に関しても学び、2016 年に中小企業診断士の資格を取得。その後独立し、中小企業の IT 利活用や研修などに携わっている。吉田明弘事務所代表 (<https://www.changebiz.net>)。現在、中小機構の中小企業向け IT 導入支援サイト「ここからアプリ」運営にも関与。

※本記事における Google、Google マイビジネス(Google My Business™ business listing service)、Google アナリティクス(Google Analytics™ service)、Google マップ(Google Maps™ mapping service)の名称は、Google LLC の商標または登録商標です。