

CSSnITE

CSS Nite LP56

# Strategy &

ウェブサイト制作、  
手を動かす前に考えておくこと

Part II

# 地方でホームページ制作が 400万円で売れる理由

## プロフィール

### 横澤 幸満（よこざわ ゆきみつ）

香川県高松市生まれ

株式会社 四国パソコンシステム 代表取締役

日本実践経営支援協会 代表理事



香川県でウェブマーケティング、コンサルティング業務をおこなう。

中小企業にとっては、ホームページの活用こそが最大の売上アップのチャンスと考え、いち早く「強みづくり」「戦略策定」「マーケット調査」「集客設計」「解析改善」に取り組み「集客の仕組み構築サービス」や「求人の仕組み構築サービス」などのパッケージを提供。

「わずか半年で5.5倍の売上達成（『かがわ経済レポート』掲載）」など成功事例多数。

\* 主な著書『自社サイトをコストで終わらせないために（ウェブマーケティング実践編）』など

一人当たり年間粗利 = **1,000**万円超

セミナー転換率 = **10**%

受注率 = **90**%

## 歩んできた道

---

- **20才** … 証券業界で起業
- **33才** … 横領にて倒産（全てを無くしてしまう）
- **36才** … パソコントラブル「かけつけサポートサービス」で  
**四国パソコンシステム**起業  
→ 12年前からホームページ制作スタート
- **SOHOの出現** … 見積りがとおらない

## 歩んできた道

---

- **さまざまなやり方を試行錯誤**
  - トークスクリプトから始まるリース契約
  - 初期費用0円、月額5千円の格安ホームページ
  - 助成金を使った制作
  - ホームページではない方向にも . . .
- **深く悩んでいるときに教えに出会う**
  - その人は神やな

01.pdf

## 歩んできた道

---

- **理念に返り、お客さんの目的に気づく**
  - 売上を上げたい、経営を安定させて永続させたい
- **制作＋解析、そして＋コンセプトワークへ**
  - しかしコンセプトワークって何？って話になる・・・
- **さらなるステップアップのためにターゲティング  
そして、2つのキーワードに向けた取り組み**
  - 事業をさらに伸ばしたい売上2億以上、社員数5名以上の経営者

2つのキーワード

## 2つのキーワード

---

1. しっかりと**理解**して買ってもらおう

---

2. しっかりと**成果**を出す

---

1. しっかりと**理解**して買ってもらう

# わかりやすさの追求

(いかに見せるか)

業界人はもちろん、**誰が聞いても納得**できるものに

**なぜだと思えますか？**

理解できないから  
買ってもらえない

自分たちの意識を変える



SEO

PPC  
広告

アクセス  
解析

コンサル  
ティング

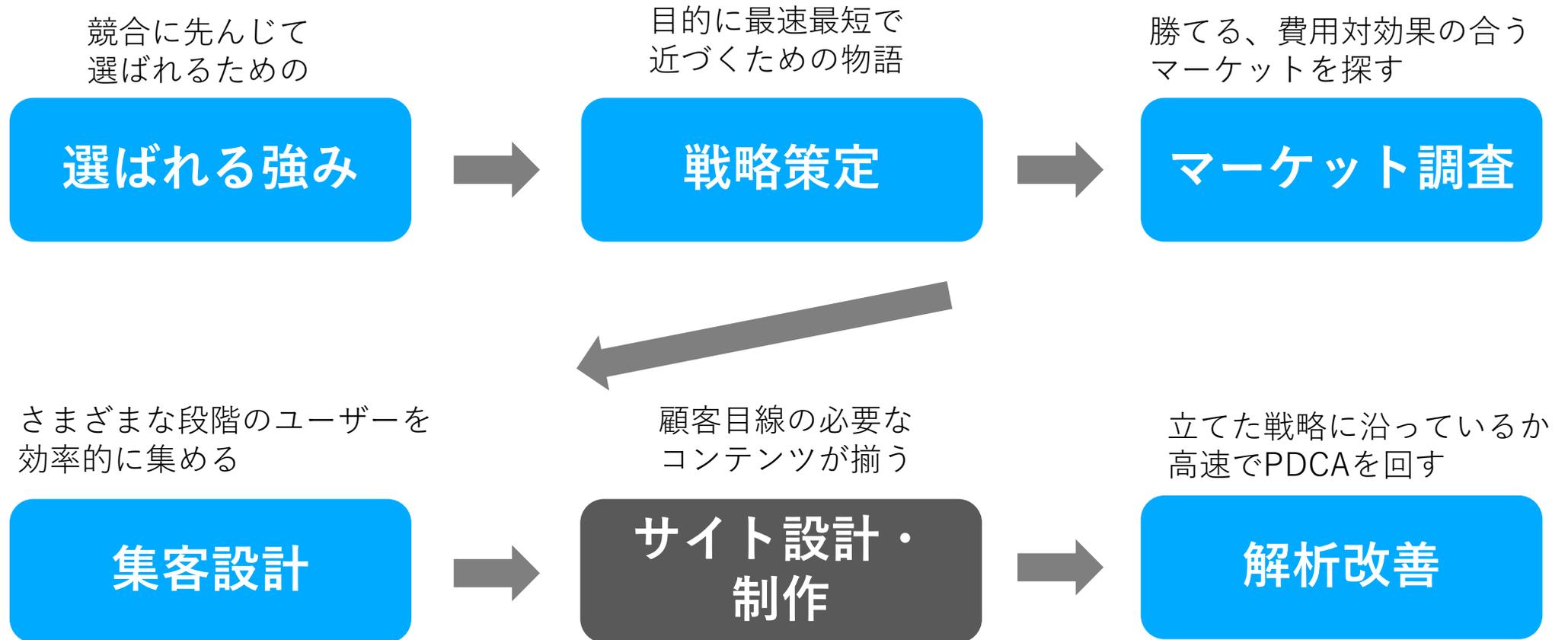
市場  
調査

企画  
提案

ウェブマーケティング  
ウェブコンサルティング

6つのステップに分ける

## 理解しやすい6つのステップ（集客の仕組み構築サービス）



# 成果をパッケージに

(ワンプライス)

・ 集客の仕組み構築サービス

02.pdf

・ 求人の仕組み構築サービス

03.pdf

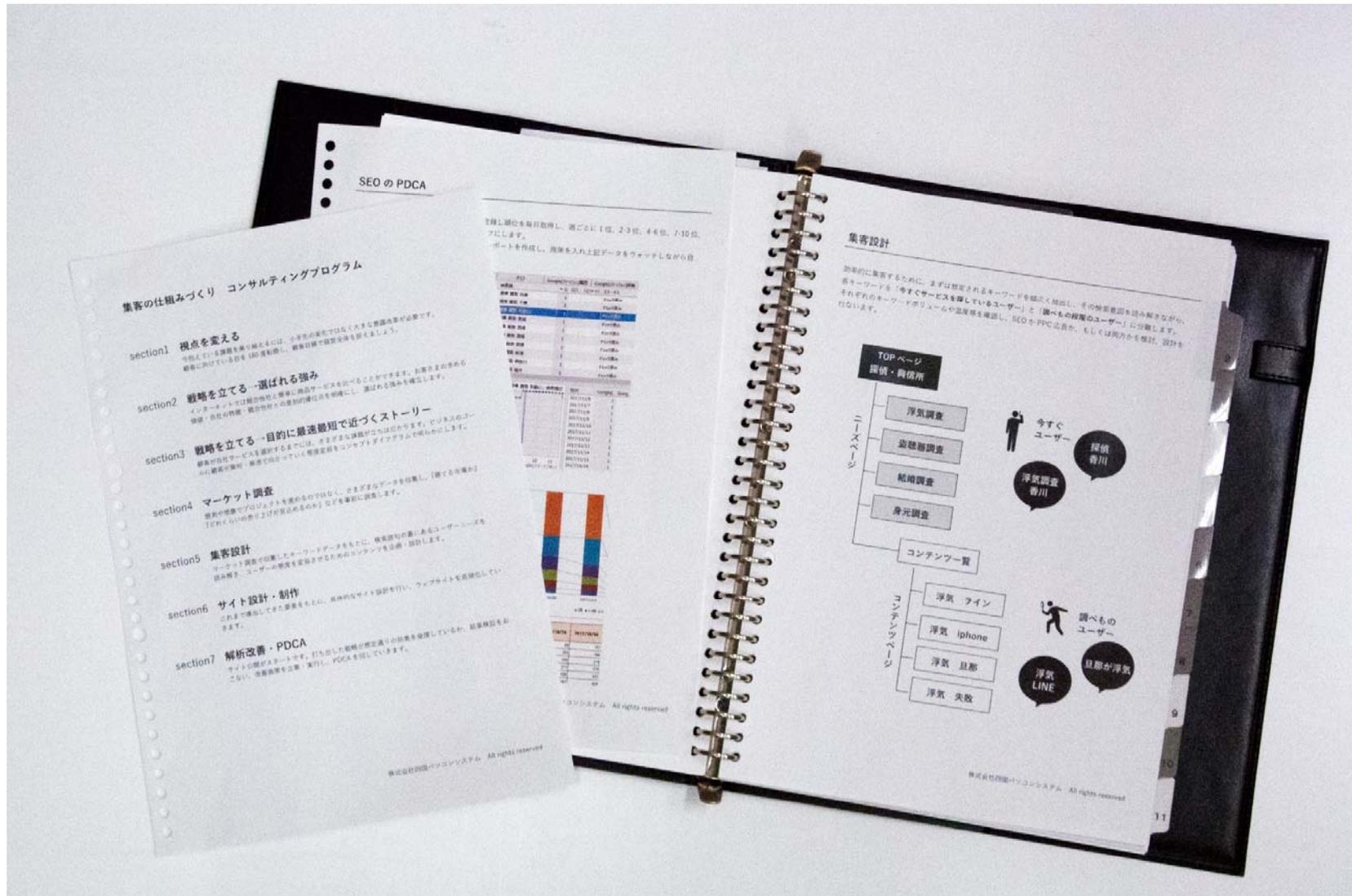
# セミナー営業

90分のセミナーの中で納得理解度を上げる（専門用語を使わない）

紹介の場合も同等の話を必ずおこなう

コンサルブックで  
クロージング

# コンサルブック



## コンサルブック

---

- section1 視点を変える
- section2 選ばれる強み作り
- section3 戦略を立てる
- section4 マーケット調査
- section5 集客設計
- section6 設計制作
- section7 解析改善
- section8 リポート戦略

## コンサルブック

---

各ステップ

わかりやすい説明

+

手順書

6つのステップの詳細な教科書、手順書  
何をどのようにおこなっていくのかを  
簡単に説明

## 2. しっかりと**成果**を出す

# 成果をパッケージに

成果をパッケージにし、同じ手順でおこなっていくので  
成功の精度がグングンあがる（しかも早い）

得意なところで勝負する（脱・提案営業）

# コンサルブック

- 成功・失敗のノウハウがここに蓄積されていく
- 業界各分野のエキスパートを招いてアップデート
- お客様が内容を理解し協力して進めていける
- 社員教育もこれに沿っておこなう
- コンサルブックに沿った社内マニュアル（属人化の解決）

各ステップ

わかりやすい説明

+

手順書

コンサルブックとは

SEO の PDCA

登録順位を毎日取得し、週ごとに1位、2-3位、4-6位、7-10位、Fにします。  
 ・レポートを作成し、施策を入れ上記データをウォッチしながら目

集客の仕組みづくり コンサルティングプログラム

section1 視点を変える

今抱えている課題を乗り換えるには、小規模の変化ではなく大きな意識改革が必要です。  
 顧客に抱けている目を180度転換し、顧客目線で経営全体を変えましょう。

section2 戦略を立てる一選ばれる強み

インターネットでは競合他社と簡単に商品サービスが比べることができます。お客様の求める関係・自社の特徴・競合他社との差別化の強みを明確にし、選ばれる強みを確立します。

section3 戦略を立てる一目的に最速最短で近づくストーリー

顧客が自社サービスを選択するまでには、さまざまな課題が立ちます。ビジネスのゴールに顧客が最終・最速で向かっていく懸念点をコンサプトダイアグラムで明らかにします。

section4 マーケット調査

現状や想像でプロジェクトを進めるのではなく、さまざまなデータを収集し、「勝てる市場か」「どれくらいのおり上げが見込めるのか」などを事前に調査します。

section5 集客設計

マーケット調査で収集したキーワードデータをもとに、検索傾向の異なるユーザーニーズを読み解き、ユーザーの態度を定量化するためのコンテンツを企画・設計します。

section6 サイト設計・制作

これまで導出してきた施策をもとに、具体的なサイト設計を行い、ウェブサイトを具現化していきます。

section7 解析改善・PDCA

サイト公開がスタートです。打ち出した戦略が想定通りの効果を生んでいるか、結果検証をおこない、改善施策を立案・実行し、PDCAを回しています。

順位	キーワード	順位	キーワード
1位	浮気 LINE	1位	浮気 LINE
2位	浮気 LINE	2位	浮気 LINE
3位	浮気 LINE	3位	浮気 LINE
4位	浮気 LINE	4位	浮気 LINE
5位	浮気 LINE	5位	浮気 LINE
6位	浮気 LINE	6位	浮気 LINE
7位	浮気 LINE	7位	浮気 LINE
8位	浮気 LINE	8位	浮気 LINE
9位	浮気 LINE	9位	浮気 LINE
10位	浮気 LINE	10位	浮気 LINE

日付	順位	Keyword	Group
2017/11/9	1	浮気 LINE	A
2017/11/9	2	浮気 LINE	B
2017/11/9	3	浮気 LINE	C
2017/11/10	1	浮気 LINE	A
2017/11/10	2	浮気 LINE	B
2017/11/10	3	浮気 LINE	C
2017/11/10	4	浮気 LINE	D
2017/11/10	5	浮気 LINE	E
2017/11/10	6	浮気 LINE	F
2017/11/10	7	浮気 LINE	G
2017/11/10	8	浮気 LINE	H
2017/11/10	9	浮気 LINE	I
2017/11/10	10	浮気 LINE	J

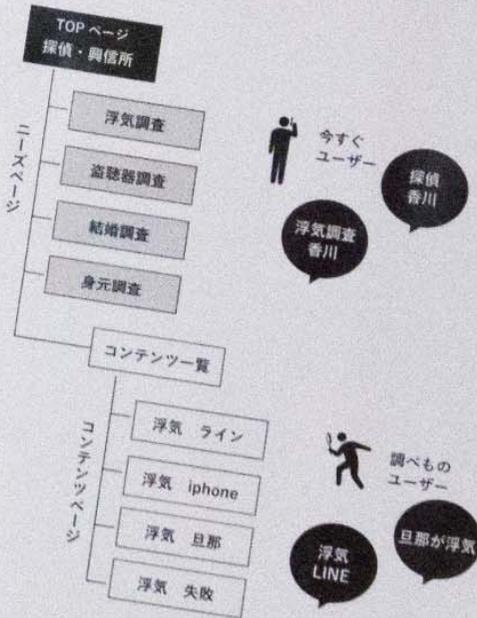


日付	順位	Keyword	Group
2017/11/9	1	浮気 LINE	A
2017/11/9	2	浮気 LINE	B
2017/11/9	3	浮気 LINE	C
2017/11/9	4	浮気 LINE	D
2017/11/9	5	浮気 LINE	E
2017/11/9	6	浮気 LINE	F
2017/11/9	7	浮気 LINE	G
2017/11/9	8	浮気 LINE	H
2017/11/9	9	浮気 LINE	I
2017/11/9	10	浮気 LINE	J

©コンシステム All rights reserved

集客設計

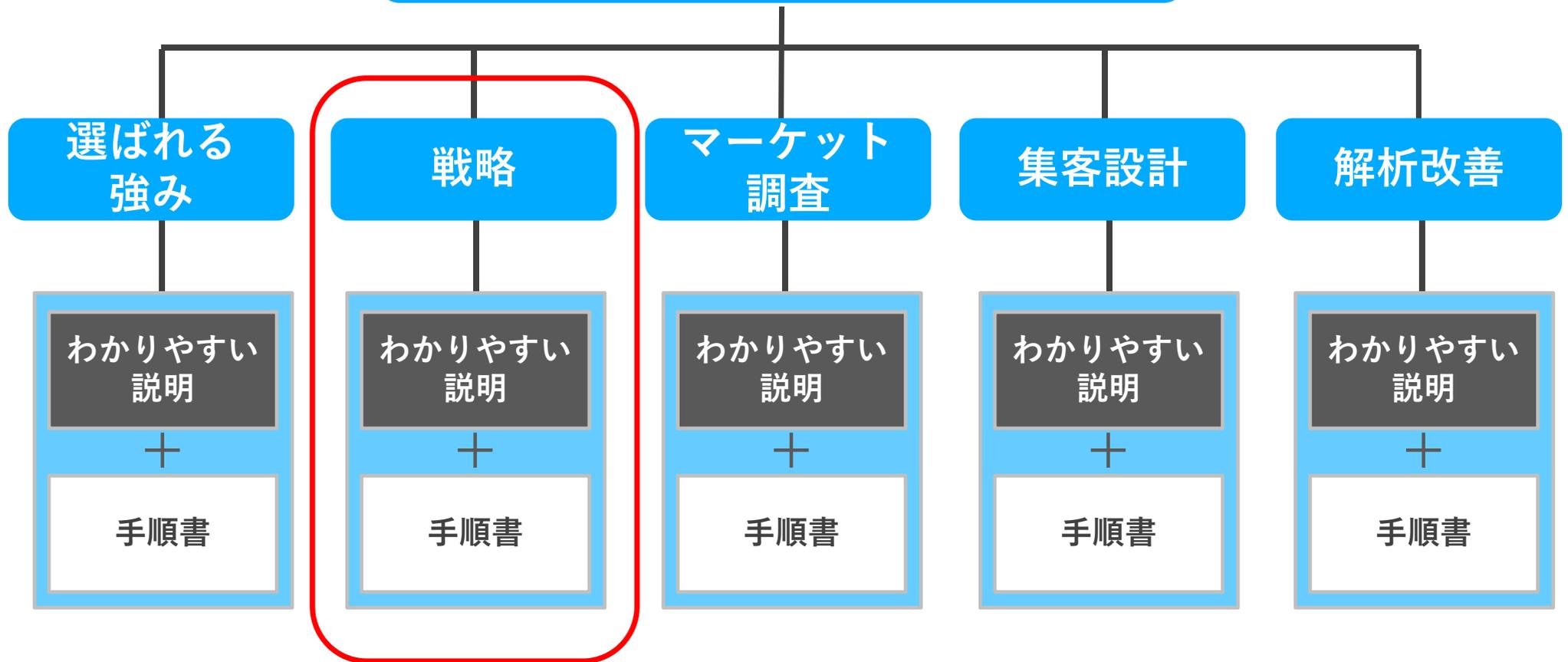
効率的に集客するために、まずは想定されるキーワードを幅広く抽出し、その検索意図を読み解きながら、各キーワードを「今すぐサービスを探しているユーザー」と「調べもの段階のユーザー」に分類します。それぞれのキーワードボリュームや温度感を確認し、SEOやPPC広告か、もしくは両方かを検討、設計を行います。



9

# 成果をパッケージに

## 集客の仕組み構築サービス



## 例：戦略策定

### わかりやすい説明

- 戦略と戦術
- 目的に最速最短で近づくストーリー
- ターゲットがゴールに向かう導線
- 事例
  - ケーキ屋さん
  - 英語塾
  - 代行運転

+

### 手順書

- 手順
- ゴールのポイント
- ターゲット（スタート）のポイント
- 軸のポイント
- ステップのポイント
- 施策のポイント
- 施策整理表
- 中間ゴールの選定

最後に

**わかりやすさ**の追求  
ウェブ戦略は経営の中心に

ご清聴

ありがとうございました