

無料デジタルカタログ

××××××

ウェブ集客 5つの 間違いとは？

××××××

スモールビジネスのウェブ集客

このは屋

※このカタログでは、スマートフォンでも読めるようにフォントサイズを大きく表示しています。

結論、ウェブ集客は「最低限」で十分です。

実業をおこなうスモールビジネスがウェブから売上を上げるためには、たいそうなことは必要ありません。

「最先端のノウハウ」も

「新しい横文字手法」も

「高額なツール」も

「多額の外注費」も

一切、必要ありません。

もちろん、「一発逆転のノウハウ」なんてものもありません。「最低限」のノウハウと「最低限」のツールで十分にウェブから売上を上げることができます。

「たくさんの武器を手に入れること」よりも、「少ない武器をいかに有効活用するか」

に注力したほうが効果的なのは、その他の多くのことがそうであるように、ウェブ集客でも同じことです。

私たちは起業してからずっと映像制作屋をやってきました。多くのスモールビジネスと同じように、創業してから2年間メインの集客方法は「紹介」でした。

いえ、メインというよりも紹介でしか仕事を獲得することができませんでした。

■スモールビジネスの典型的なウェブ集客ストーリー

起業・独立

ホームページをつくる

ブログをはじめ

Facebookで交流する

YouTubeをはじめ

メルマガを発行してみる

リスティング広告を出稿する

ランディングページをつくる

Webデザインを学ぶ

ステップメールを組む

これは私たちが取り組んだウェブ集客のストーリーです。

(もちろん、その間に交流会やセミナー、懇親会などにも参加していますよ)

およそ、あなたが取り組まれているウェブ集客とあんまり変わらないんじゃないかな？と思います。

いろいろな手法やノウハウに手を出し続けたにも関わらず、結局2年間もの間、ウェブからは一切集客することができませんでした。その間の集客経路は「紹介」1本のみでした。

ウェブ集客の取り組みはたくさんおこなっていたにも関わらず、ただの一人のお客さんも獲得することができなかったのです。

自分的には「結構できてる」とか思ってたんですけどね。あなたはどうですか？

でも、あることに気づいてからはウェブから集客することができるようになりました。

それは、「最低限でいい」ということ。

それがわかってからは、3万円の参加費のワークショップに半年間で100名以上の方にご参加頂けましたし、オンライン学習プログラムやDVD教材を300名以上の方にご購入頂けました。

紹介に依存することなく、ウェブから集客できるようになったのです。

なぜ、いろいろな手法やノウハウに手を出していたときには、「紹介」でしか集客することができなかったのに、「最低限」の取り組みをし始めたら、ウェブから集客できるようになったのでしょうか？

■ 「これさえやればいい」と言われたらどんなに楽か

実は、ウェブから集客できていない人の大半は「多くのこと」ができていないわけではないんです。

「最低限」ができていないだけなんです。そして、「最低限が何か」をわかっていないだけなんです。

いろいろな人、いろいろなトコロが、それぞれ、いろいろな立場でいろいろな正義を振りかざして、いろいろな商品・サービスを販売していますからね。

(ちょっと、「いろいろ」が多すぎましたね 笑)

だから、混乱してしまうわけです。やる気はあるのにも関わらず、そのやる気が空回りしてしまうわけです。以前の私たちのように。

「これさえ一生懸命やればいい」と言われたらどんなに楽か。正解がわかっているならば、足踏みする必要もありません。

だって、我々のような事業家は「頑張る」ことはできるんですものね。その対象の選定に悩んでいるだけですよね。

大丈夫。今回そんなあなたのためにご案内しています。

■ウェブ集客の最低限とは？

では、ウェブ集客における最低限とは何なののでしょうか？

結論からいうと、

ブログやYouTubeに訪れる
メールアドレスを登録する
ステップメールで情報が届く
商品・サービス案内ページをみる
購入する（orメルマガで別商品）

という導線設計を設計することです。

1つ1つの「部分」をバラバラにおこなうのではなく、一貫性をもった「全体」を設計することで、ウェブから売上を上げることができるようになります。

ウェブ集客において、よく勘違いされているものとして「アクセスが少ないからウェブから売上を上げられない」ということがあります。

ですが、実はウェブから売上を上げるために大量のアクセスなど一切必要ありません。月間3000アクセスもあれば十分です。およそ1日100アクセスですね。

■1日100アクセスで十分ウェブから売上を上げられる

なぜなら、どれだけブログやYouTubeに大量のアクセスがあっても、見込客とならなければ、そのアクセスには意味がないからです。

具体的には、例えばメールアドレスを登録するフォームが、どこにあるのかわからなければ、そのアクセスは「垂れ流し」となります。

必死に検索して、登録フォームにたどり着くユーザーもいないことはありませんが、そんな「超アクティブ」なユーザーは極少数です。

要するに、導線が作られていなければ、「超アクティブ」なユーザーを集めなければならないので、相対的に大量のアクセスが必要となってくるわけです。

これが、「ウェブ集客はアクセスが必要」といわれている理由です。

超アクティブなユーザーなんて、大体1,000人に1人いるかないかくらいですから、月に3,000アクセスあったとしても、見込客になるのはせいぜい3人くらいです。

これで、「アクセス数なんて関係ない」なんて言えるはずもありません。このモデルならアクセス数、超大切です。でも、導線がきちんと作られていれば話は違います。

ページのわかりやすいところに、魅力的な案内を適切に設置していれば、「超アクティブ」ではないユーザーを見込客にすることができます。

およそ50~150アクセスで、1人見込客になってくれるかな~くらいです。

■ 「3000アクセスで3人」と「300アクセスで3人」

つまり、導線設計がされていない場合は、「3000アクセスで3人の見込客獲得」ですが、導線設計がされている場合は、「300アクセスで3人の見込客獲得」となります。

月に10人の見込客を獲得するのに、「1万アクセス必要なサイト」と「1000アクセスでいいサイト」のどちらが優れているのかなんて言うまでもありません。

当然、1000アクセスの方ですね。

確かに、それでも月間ウン千、ウン万人のお客さんが必要な規模の商売なら、大量のアクセスが必要になってくるでしょう。ですが、我々はスモールビジネスです。

ビジネスモデルにもよりますが、月に10~30くらいの新規客を獲得できれば十分なのではないでしょうか？であるならば、大量のアクセスなど一切必要ありません。

アドセンスやアフィリエイトなどの広告モデルは別ですが、実業の売上を上げていきたいというのであれば、「大量のアクセスを集めることに力を使う」よりも、「少数のアクセスを効率的に売上に変えていく」という努力をした方がよっぽど安くつきます。

実は、アクセス集めに取り組むのも横文字手法も二の次なのです。

今回、そんなウェブ集客の5つの間違いをまとめた無料ウェブセミナーをご用意しました。

ここまでお読み頂いて、もし私たちのメッセージにご共感頂けたのであれば、ウェブセミナーにご参加ください。

あなたとウェブセミナーでお会いできることを楽しみにしています。