

無料デジタルカタログ

外注なしの ウェブ制作

スモールビジネスの
ウェブマーケティング



このは屋



スモールビジネス特化の学び舎 このは屋

はじめに

こんな悩み、モヤモヤないですか？

- ブログとかメルマガはなんとか用意できても
HPとかLPとなると、**”お金”が頭をよぎる**
- お金をかけることには納得できても、
情報が多すぎるし、業者も多いし選べない



よし、行動に移そう



「ランディングページ 制作 安い」と検索して
出てきた業者に見積もり連絡

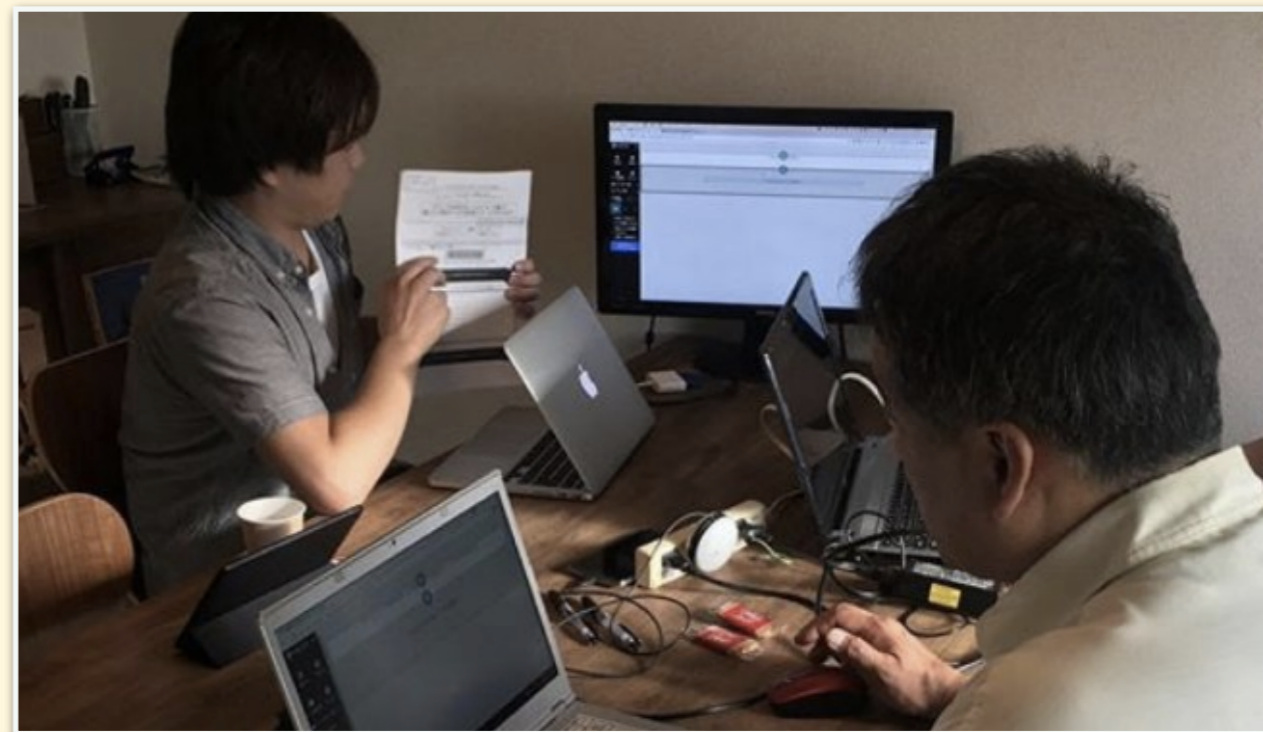
**なるべく相性のいい業者
パートナーとめぐり逢いたい…**



本当に？

外注すれば、解決する？

ある日のセミナーでの出来事です



「これは屋さん、綺麗なHP作ったんですけど、
放置状態なんです。こっからどうしたらいいですか？」

放置状態・・・？

なんのために作ったの…？

実は、この「放置状態」が大きな問題

A construction worker wearing a yellow hard hat and a green t-shirt is focused on his work. He is leaning over a wooden structure, possibly a roof or a wall, and is using a Bostitch power tool. The background is a clear blue sky with some light clouds. The text is overlaid on the center of the image.

**「作る」ことが
目的になってしまっている**

「作る＝成果が出る」ではない

「作る」ことはゴールではない



本当のゴールは何か？

対象的な2人のセミナー参加者



このは屋さん、現在ランディングページを外注してるので集客できない状況です。ちょうど4ヶ月位ではリリースできそうです。これにかけてるんです…

会員制を始めてさらに売上の柱を増やそうと思っているんです。そこで募集するためにランディングページを一昨日作ったら早速2名会員になってくれたんです。



ウェブ制作の本当のゴールは何か？

成果

???

作る

なぜウェブ集客は手こずるのか？

なぜウェブ集客は手こずるのか？

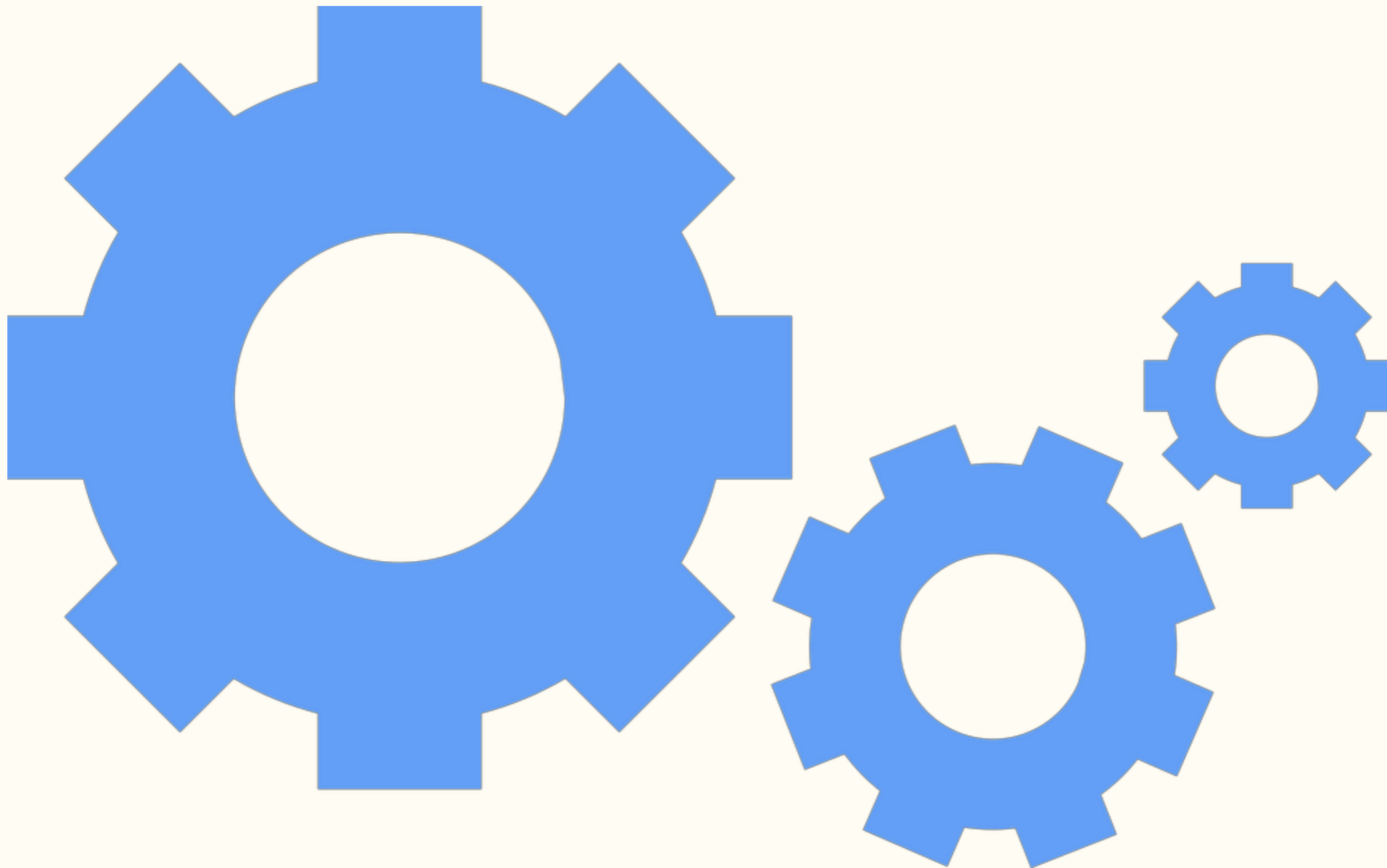
「作る術」~~を~~知らない



「お世話をする術」 知らない

要するに、

「仕組みを作って、運用する術」がない



あるスモールビジネスオーナーの物語



HPとLPを外注して、コピーライティングの講座やメルマガの講座に参加しました。ところが成果がでないです…あるイベントに13名定員のはずが、せいぜい3人くらいしか集まりません。売上も上がりません…

あるスモールビジネスオーナーの物語



先日もソーシャルメディアのセミナーにいきましたが、**タスクだけ増えて結局状況は変わらずです…**

あるスモールビジネスオーナーの物語



何も新しいことはせずに
少しメールランディングページ内容と
ブログのデザインを少し変える
先日もソーシャルメディアのセミナーにいきましたが、
タスクだけ増えて結局状況は変わらずです…

2ヶ月後からイベントの定員が
満員になり、開催日程も追加

A close-up photograph of two hands, one from a darker-skinned person and one from a lighter-skinned person, held together in a supportive grip. The hands are positioned palm-to-palm, with fingers interlaced. The background is a soft, out-of-focus light blue and white. A semi-transparent white horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text.

答えは、手元にある

ウェブ制作の本当のゴールは何か？

成果

仕組みを
運用する

作る

作れる=バラせる

成果物、仕組みを自分で作れる



自分で**分解**できる

【重要】 3つのチェックリスト

- 1.ランディングページ等のページを自分で1日で作れる
- 2.メディア毎の費用対効果をパツと言えるか
- 3.成果が出ない時に、正しい分析をして、
すぐに自分で修正できる





じゃ、どうやって

自分でお世話できるウェブ集客の仕組み
を作ることができるのか？

ウェブマーケティングに関する 情報の捉え方

乱立するキーワード

リスト
マーケティング

オートメーション

ウェビナー

プロダクトローンチ

スマホ最適

Bot



結局、わけわからぬ、、、

乱立するキーワード

- ・ 新しいもの=キーワード
- ・ なにか、新しくて魅力的なものに見える

でも大抵は、既存のものとの組み合わせ

例えば、、、

ウェビナー

セミナー

+

オンライン

プロダクトローンチ

ステップ
メール

+

ビデオ

ウェブ制作のハードルを攻略する方法

典型的な取り組み方

ブログが重要

動画の時代だ

SNSは
これがトレンドだ



ホームページをつくる、ブログをはじめめる、Facebookで交流する、
YouTubeをはじめめる、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……



断片的な知識



「**仕組み**」でならない



問題は、

**自分でお世話できるウェブ集客の仕組み
をどうやったら作ることができるのか？**

ウェブ集客攻略のための ウェブ制作のすすめ

外注なしのウェブ制作

4×4×3ステップ



外注なしのウェブ制作

4×4×3ステップ

- ウェブマーケティングの仕組み4ステップ
- ウェブ制作実践4ステップ
- 外注化する場合の3ステップ

ウェブマーケティング仕組み4ステップ

▶ウェブ集客における4つの仕組み

- 1.見込み客を集める仕組み
- 2.見込み客を育成する仕組み
- 3.新規客を獲得する仕組み
- 4.新規客を維持して優良客に変える仕組み



ウェブ制作実践4ステップ

- 1.ウェブ集客の4つのステップに従い、全体を構成する
- 2.必要なものだけ、ピックアップする
- 3.ピックアップしたものを用意する
- 4.用意したものを繋げる

ウェブ制作のすすめ

見込み客集め

必要なもの

見込み客育成

必要なもの

新規客獲得

必要なもの

優良客転換

必要なもの

外注化する場合の3ステップ

ウェブ制作実践4ステップで商品を案内してみる



反応があるか、またはどれくらいかを見る



商品・サービスとして期待が持てた時点で外注する

外注化する場合の3ステップ

商品・サービスとして期待が持てた時点で外注する

- ・ 1発で売れるかわからない、保証はない
- ・ 保証がないものに、100万円以上かける？
- ・ **商品売り、稼ぎながら、ウェブ制作を行っていく**

とわ言え、それまでにどうやって用意するの？

お金が結構かかるんじゃないの？

専門知識必要でしょ？

時間かかるでしょう？



とわ言え、それまでにどうやって用意するの？

お金が結構かかるんじゃないの？

専門知識必要でしょ？

お金も時間も専門知識も

必要ありません



ただし、これらができればの話です

Word・Excelは使えますか？

Google/Yahooで検索できますか？

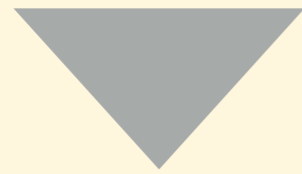
メールの送信はできますか？

これらができるのであれば、

ウェブ制作物は外注する必要はありません

例えば、、、

30万～100万円



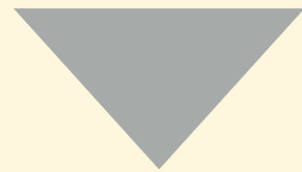
0円



ホームページ

例えば、、、

30万～200万円



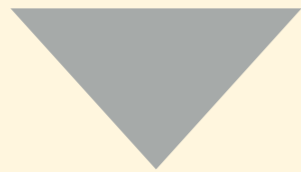
0円



ランディングページ

例えば、、、

50万～100万円



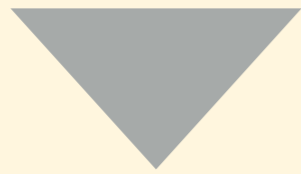
0円



ネットショップ

例えば、、、

15万～50万円



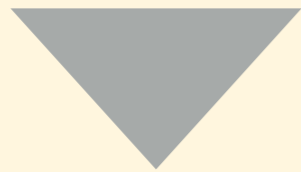
0円



動画、映像

例えば、、、

10万～30万円



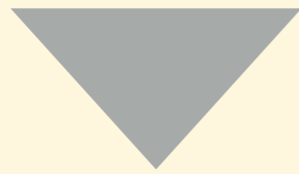
0円



リスト取得ページ
動画視聴ページ

例えば、、、

30万～120万円



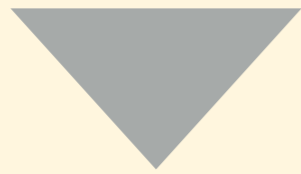
0円



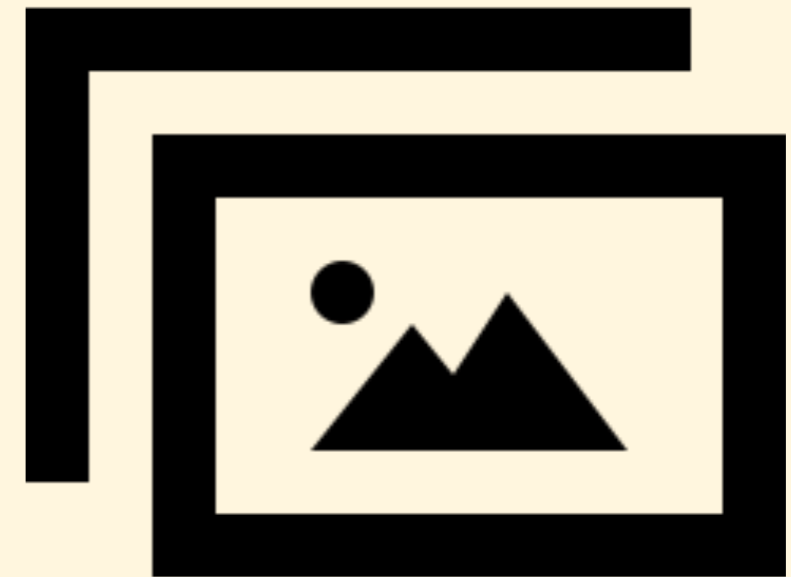
ウェブセミナー
ローンチ

例えば、、、

各種3万～



0円



ヘッダー画像
広告画像
ウェブデザイン

**絶対にやってはいけない！
ウェブ制作外注の4つの間違い**

4つの間違いーその1



きれいで、完璧なものを作る

4つの間違いーその2



作りっぱなしにする

4つの間違いーその3



新しい技術やテクニックを取り入れる

4つの間違いーその4



マーケティング部分も丸投げする

**自分でウェブ集客運用できる
計り知れないメリット**

あなたのウェブマーケティング仕組み
は誰のものでしょうか？



ウェブ集客でもとめられること

- 販売戦略の一環として、ネットをどう活用するか
- ネットと対面、それぞれの良いところを上手に使ってどのように受注まで持っていくか
- HPがどんな役割か、どんな機能が必要なのか、全体像を把握した上で制作と運用を行う必要がある

マーケティングができる唯一の人物

それができるのは、、、

スモールビジネスの場合、**「社長」**

マーケティングのブラックボックス化

結局どうなってんの？



マーケティングのブラックボックス化

結局どうなってんの？



誰かに頼む

手順

分解できない

考え方

操作

病院にて、、、

- 内科の先生は
「原因は睡眠時間です」
- 健康指導の先生は
「食事が悪いんです」
- 精神科医は
「ストレスから来てます」



セミナー・教材にて

Facebook専門の人に相談したら

「Facebookがお勧めです」

ブログ専門の人に相談したら

「ブログが1番です」

Youtube専門の人に相談したら

「とにかくYoutubeです」



自分が自分の仕組みの医者になる

どうしたらこうした問題、症状に自分で気づける？



自分で全体の設計を作り、把握しておく

ちょっとだけ考えてみてください

もし、、、

いままでかけていた外注コストが節約できて
新しい宣伝費用に投資ができるとしたら？

自分で好きな時に好きなようにお金を生み出す
企画を形でにできたなら？

細かい連絡の手間や、
追加費用の請求をされることなく、

自社で手軽に仕組みを作ること

- 分解できる、お世話ができる—PDCA
- 新しい商品・サービスを簡単にリリースできる
- 外注の余計なオプション費用を取られない
- 万が一外注の必要が出た時、主導権が握れる
- アイディアが浮かんだらすぐに好きなようにウェブで形にして、実践できる

スモービジネスに必要なことは

「機動力」

今回お話したことのまとめ

- 絶対にやってはいけないウェブ制作外注の4つの間違い
- 「作る術」よりも「お世話をする術」を身につける
- スモービジネスのウェブ制作4×4×3ステップを実践する
- 自分のマーケティングの医者になって運用することが時間とお金の面からみてもベストな方法