

# Oh! 得情報

**NPO関西事業再生支援センター** だより  
**大阪の中小企業を元気に!**  
>270<

中小零細企業の経営者やウェブ(Web)担当の方からWeb活用のご相談を受けてヒアリングを行います。単純にネット広告を出して売り上げを上げるといふ、大手と同じようなマーケティング戦略を考えている方が非常に多いと感じます。

大手のWebマーケティング戦略は、ランチェスターの法則でいえば、強者の戦略です。ネット広告費を大量につき込むので、よっぽど資金力がないと中小零細企業にはまねがでない方法です。

動型広告(PPC広告)では個人融資、いわゆるサラ金の場合、1ページ目上部に広告を掲載しようとする、ワンクリックが3千円以上したこともありませう。

このような広告費が高騰した分野で、大手と同じように中小零細企業が月10万円の予算で広告をしても、たった1日くらいで、わず

の時代、クリック単価が高騰している分野で大手のマーケティング手法をまねしてしまつと、豊富な広告予算がとれない中小零細企業は、結局は効果が出ないまま費用だけが消えます。

このような手法は、中小零細企業はまねをしてはいけません。私がお伝えしているHPで伝わらないと、結局いくらネット上で広告をし

るに掲載している内容を充実させることです。よく分からないのに商品を購入したり、よく分からない企業と取引をしたりする人は、世の中にはほとんどいません。きちんと購入しても大丈夫だとか、取引をしても安心だといふことがいくらネット上で広告をし

## Webマーケティング戦略1

か40クリックもされずに予算を使い果たします。これでは効果は見込めず、ブランドイメージ効果さえありません。

ちなみに現在、クリック単価が高騰している業界の例をざっと挙げる。金融、保険、不動産、探偵、法律(士業)、教育、転職(人材)、薬、宅配水など、枚挙にいとまがないほどです。今

いることは、中小零細企業が「お金をかけるだけの小手先の方法」で結果を出そうとしても効果が非常に悪い、ということになります。

そして、インターネットで売り上げを上げる、新規顧客を開拓する、考えるとき、そのために必要なことは「マーケティングの視点」(お客さま目線、顧客企業目線)で作ることです。

まず、書くべきことをきっちり書いておく必要がある

りません。基本的には大手と違って中小零細企業のHPは「この商品は大丈夫なのか?」「この会社は大丈夫なのか?」という視点で見られます。ちよつとでも不安な要素があれば、購入をためたり、取引は難しいと判断されます。

自社の思いに執着して自己満足に作りこむことなく、デザインにこだわらなければ終わることなく、常にマーケティングの視点でHPを作りこんでいく必要があります。また当然ながら「作るだけで効果が出る」といふものはありません。

HPを活用することによって、確実に効果は出てきます。Webマーケティングにおいては、活用の方

法も含めて検討する必要があります。実際、弊社で作りました事例はたくさんあり、アプローチをかけてHPに

誘導した見込み客がファンになっていて、すぐに購入や取引を決めてくれるという話も数多くあります。デザインだけで見栄えの良いものを作ることは、どちらかといえばWeb制作会社にとって楽でやりやすい仕事です。でも、HPのデザインだけで売り上げが上がるとは限りません。売り上げを上げるには、やはり作り込みが必要です。