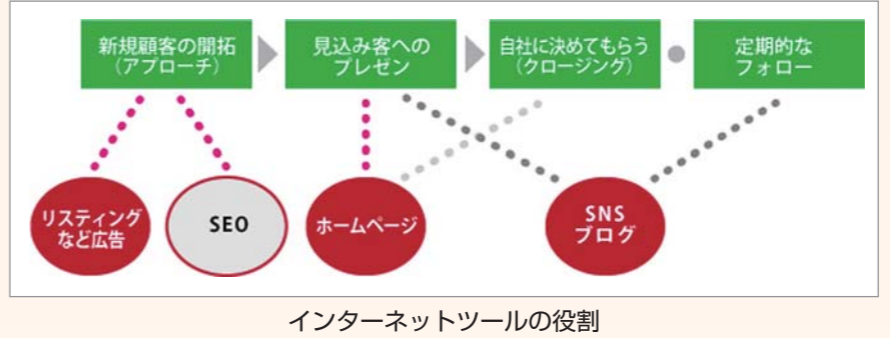


工務店によるホームページのSNSの効果的利用

芝田 弘美

10月23日(水) - 25日(金)
東京ビッグサイト
2013



ホームページやSNS（ソーシャル・ネットワークワーク・サービス）は、今では工務店にとって切っても切り離せない必須ツール。「インターネットはなんだかよくわからない」と逃げず、どうせなら正面から取り組んでモノにしてしましましょう。

ホームページ
SNSの使い方

ホームページ、SNS、ブログ、SEO、facebook、Twitter、リステイング……など、インターネットでは数多くのカナや英語の単語が使われています。IT業界の営業に勧められるまま、経費と労力をかけても効果がまっただけな場合も多かったです。

なぜ、効果を出せないのでしょうか？これは、それぞれのインターネット

インターネットの特性をしっかりと把握できていないことが一番の原因です。

実は、各インターネットツールは、営業の流れに沿ったとらえ方をすれば単純に把握でき、利用をイメージしやすくなります。新規顧客の開拓（アプローチ）→見込み客へのプレゼン→自社に決めてもらう（クロージング）、または定期的なフォロー、これらいずれかのプロセスに当てはめてみましょう。

中でも、ホームページは主に見込み客へのプレゼンの役割を果たします。そしてSNSは、囲い込んだ見込み客へのプレゼン、または顧客へのフォローの役割です。

ホームページは一番大きな営業ツール

インターネットの普及により、私たちの情報収集行動は劇的に変わりました。欲しい物や情報があるとき検索サイトからホームページを探し、看板や広告を見てホームページを見る、チラシからホームページを見る……など、何か行動を起こす前には必ずホームページを見ています。外出していても、携帯電話・スマートフォンなどでホームページをすぐ見られる状況なのです。ですから、ホームペ

ジは今や一番大きな営業ツールなのです。

特に「家を建てたい」と思っている年代、そして金額の大きい買い物をするときには、人は普段より熱心に情報収集を行います。そこで、ホームページを見込み客へのプレゼンと見なしてみると、当然、見た目（デザイン）も内容も、きちんとお客様にアピールできる魅力的なものにしていく必要があると気づくはず。効果的なホームページを惹き付けるには、まずは第一印象。プレゼンをしに行くとき

には、資料を綺麗に整え、清潔感があるきちんとした格好で臨むのが営業の基本です。それは、ホームページも同じです。ホームページの第一印象はデザインだと思われる方が多いですが、それは100%正解ではありません。お客様が一番気にするのは、商品＝施工例の写真です。この写真で良い印象を与えられたいと、誰も「この工務店で家を建てたい」とは思ってくれません。実は、写真は「作るもの」。写真の知識がない場合は、プロカメラマンに依頼すべきです。次に大切なのは、商品に対する

ストーリー。この工務店を選んだ理由の付けです。この内容は工務店によってさまざま、家づくりの思いだったり、技術だったり、また人である場合もあります。ここがお客様を行動へ促す決定的要素になります。

SNSをどう使うか？

SNSはその名のとおり、人と人とのつながりを保つ機能があります。会員制サービスになりますので、広く新規顧客へのアピールはしにくく、すでに囲い込んだ見込み客、あるいは顧客フォローの役割で考えるべきです。

そして、すでに知り合いになった人へのアピールになりますので、内容も工夫が必要です。2回3回と会ったお客様に対してのよくな親しみが必要ですし、さらにお客様は公式ではない情報を期待しています。そして、このSNSでは、効果を上げようとする、ひんぱんな更新を続ける必要があります。

停止される場合もあります。また流行により、対象のお客様が使わなくなることもあります。

従ってSNSを利用する場合は、対象顧客がいるのかどうかをきちんと見極めることと、ひんぱんな更新を維持できる仕組みづくりが重要です。

お客様の願いは一つ

このように昨今では、ホームページやSNSなどで、数多くの情報を提示しアピールすることができ、お客様の願いはただ一つです。それは「この工務店で家を建てて良かった」と思いたい、ということ。その願いを叶えるために、ホームページ・SNSから何を訴えれば良いか、それを考えていかなければなりません。

工務店がアピールできるポイントは、やはり工務店によって違います。



各社の強みをアピールした工務店のホームページ

最近の主なSNSでは、facebookやTwitterがあり、ブログもその役割を果たしています。SNSはホームページと違い、他の会社で運営している機能を使うことになり、予期せずサービスが変更されたり、最悪は

そこで10月24日の実践ワークショップでは、自社のアピールポイントは何かを見つけ、強みをまとめる機会をつくりたいと思っています。そして今後、それをどうやってホームページ・SNSで活かすか、その道筋を持ち帰っていただくことが目標です。ご興味がある方はぜひご参加ください。

芝田 弘美
しばた・ひろみ



「ホームページに何を載せたらいいか？そんな第一歩から」を基本方針に掲げ、顧客の要望や事業内容を詳しく聞いたうえで、内容、デザイン、運営手法などを提案しています。

ホームページを制作するプリズムゲート株式会社代表取締役。1995年よりWEB制作に携わり、工務店や設計事務所、飲食店、国関連団体など数多くのホームページを制作している

10/24(木) 会いたくなるホームページづくりの勘所 + ソーシャルメディア活用術

参加申し込みは
 検索 検索
<http://www.s-housing.jp/>
 工務店で活躍する女性のための
実践ワークショップ
 10月23日～25日 ジャパンホームショー会場内で開催