

◎ラップ東京では、皆様のお役に立てるような様々な内容のコラムを発信しています。バックナンバーは [www.raptokyo.co.jp](http://www.raptokyo.co.jp) から

## 「奇策を練る」

最近、お客様から続けて同じような相談をいただきました。それらの会社の共通事項として、地元で長く営業されていること、そして、ホームページを運用し、その他の広告活動もすでに行っているということがあります。しかし、いまひとつ、成果が少ないとのことで相談をいただきました。他にもこのような問題に直面している方がいらつしやると思います。他にどんなことをしていけばいいのだろう…。また改めて集客の難しさを考えるきっかけとなつていきます。ところで、貴社のサービスや商品は全国向けでしょうか？ エリア・商圏はありますか？

ホームページは、日本全国はもちろん世界各国から見てもられます。そのため、全国展開をしている企業だったり、通販を行っている会社などにとってはメリットが大きいと思いますが、一方で、地域を限定したサービスを提供する企業はどうでしょうか。そのような業種はどうしてもエリアが関係します。いわゆる商圏です。東京のある地域でサービスを提供しているお店に、北海道からわざわざ来店することは少ないと思います。今でも商圏が限られるサービスを行っているところは看板や地域誌への広告などがネットと併用して活用されています。

そこでネットを使って、この商圏に攻め込む広告活動も改めて考えてみてはどうでしょうか。ここ数年、ピンポイントでネット広告ができるようになりました。今までは、新宿区からアクセスしてきたユーザーのみキーワード広告を表示する、というエリア指定でしたが、数年前から自社から半径5km圏内といった指定ができるようになりました。これにより、地域を重視したネット広告活動ができるようになります。コスト圧縮も可能になってきました。

しかし、チラシやダイレクトメールと異なり、リスティングなどのネット広告はあくまでユーザー側から探してもらわないと見つけれません。ここがまた難しいところで、そのため、自社を知ってもらう、覚えてもらう営業活動がやはり必要だと思えます。

当社の創業期の話ですが、その頃はネットが一般的ではありませんでした。そのため自社を知ってもらうには、まずこちらから知ってもらう活動が必要でした。エリアと業種、ターゲットは決まっていたので、どこにお客様がいるのか、該当するタウンページを収集し、白地図にマッピング。あとは月曜日から日曜日まで訪問エリアを分け、新規開拓営業をしました。あとは月曜日から日曜日まで訪問エリアを分け、新規開拓営業をしました。いまからみると、非効率で時間ばかりがかかってしまう、という気もしますが、あの頃、今のようにネットが普及しホームページを持つていたとしても、同じような営業活動をしていたと思います。競合が全くなく、よほど独自性のある商材ならいいのですが、一般的な商材を扱う私にとつては、こちらから知ってもらう活動が重要だからです。お客様はすでに多くの情報を収集しています。そんな中での集客活動はひとつだけではなく、例えば、エリアを絞ったネット広告、一見、非効率な紙媒体への広告や新規顧客開拓の営業活動、そして既存顧客へのフォローなどそれぞれの良いところを生かし、何をすべきか見つけていくしかないように思います。

## ご案内

■ラップニュース読者の皆様へ。  
ラップニュース バックナンバーは  
ホームページからご覧いただけます。

<http://www.raptokyo.co.jp/>

※アンケートがありますのでよろしかったら、ご意見をお聞かせください。

そのホームページ、スマホでみると見にくくないですか？



スマホ対応のことならこちらへ  
TEL:042-349-3535 (担当：田島)

教室・スクール情報サイト

ならいごと.net

<https://www.naraigoto.net/>