

◎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 から

「その気になつて…」

ある知人の紹介で家具屋さんのホームページをリニューアルしたいとの相談があり、他の家具屋さんのページを見て研究していました。スタイリッシュな画像がトップページにあり、素敵なホームページが多い中、ある家具屋さんのホームページはかなり、シンプルで時代遅れな感じがします。しかし、それぞれの家具のページをクリックすると、商品の説明がすばらしく、思わずクリックして購入しそうになってしまいました。

素材は国産、人間工学に基づいて設計されている、などは他の家具屋さんも特長として掲載している内容なのであまり目新しさはありません。読んでいておもしろい、と感じた理由は閲覧者に対しターゲットを絞った「仮説」がうまく盛り込まれていることだとわかりました。このソファを買ったら、このテーブルを買ったら、あなたの生活はこのようになる、長年つかうと色がこうなり、より部屋に馴染む、などなど。例えば、ソファという商品のみの価値ではなく、もし購入したら使うことによって得る価値感や満足感を上手に提案しているようでした。この店主が自分の言葉で文章を書いているのでしょうか。好き嫌いはありませんが、言いたいことは十分に伝わってきます。

直接会えれば様々な会話を通して、お客様が求める価値を見つけられることができる可能性が高いです。しかし、直接会えないネット上では、商品やサービスの仕組み、価格など他社と比較されやすい部分で評価されることが多いと思います。

家具屋さんのホームページのように、商品スペックや価格だけでなく、今までの経験や知識から考えられる仮説を立て、ターゲットを絞って提案してみたらどうでしょうか。そのサービスや商品を手に入れることにより今後はこうなる、問題が解決されて

このような状況になる、など業種により様々な内容があると思います。お客様も気づいていなかった、隠れていたニーズを引出し、お客様が感じる価値をさらに高めることができるかもしれません。ホームページは常に受け身（見られる）ですが、こちらからもっと提案するホームページにすることができないか、考えて行く必要があります。ウチの商品はこんなに素晴らしい、こんなに他社と比べて安い、というようなアピールも重要です。しかし、お客様の反応（反響）を待ち、お客様の一言をニーズと思い、価格でしか返せないのでは他社と差別化することができないと思います。

良し悪しは別として、ずっと下にスクロールしていく異様に長いページをよく見かけます。人によっては全く、又はほとんど読まないという人もいれば、引き込まれるように読んでしまった、という人もいます。最後に思わずクリックして問合せや購入してしまった、読んでいるうちにその気になつてしまった…。それはターゲットにピタリとおさまり、書いてある仮説に意外にも自分が当てはまってしまったのかもしれない。

ピタリと当てはまらなくても、お客様の感じる価値を提案できれば、新しい出会いをもたらしてくれると思います。自社だからこそのわかる、お客様の隠れたニーズを刺激するような仮説を考えてみてはどうでしょうか。

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。

ホームページの運営で 気になることはありませんか？

- ・スマホ対応って？
- ・文章と一緒に考えてほしい
- ・写真やテキストを変えたい
- ・情報を更新したい
- ・ページを増やしたい（減らしたい）
- ・採用ページを作りたい… etc

お気軽にお問合せください。

TEL: 042-349-3535

(担当：田島まで)

